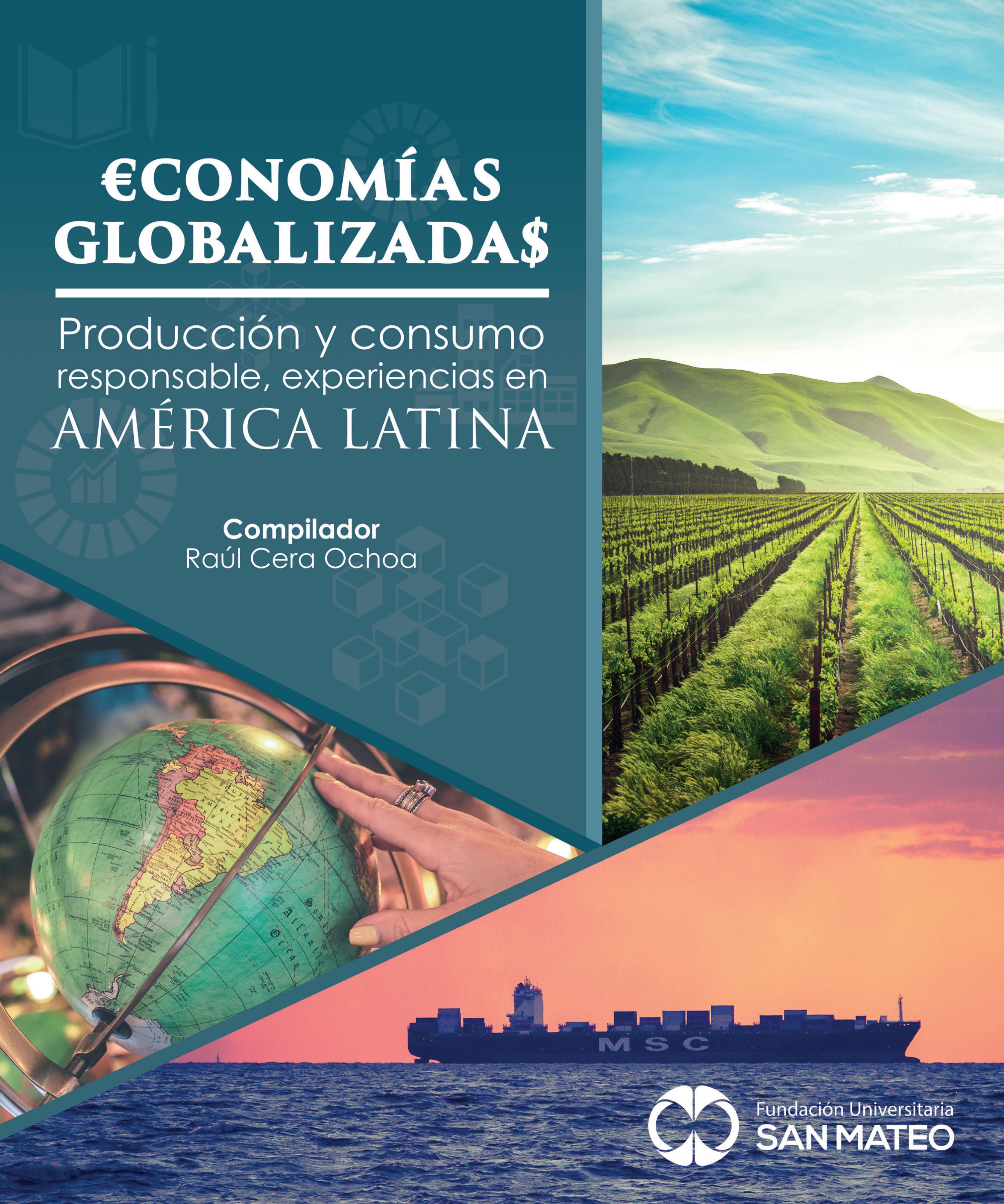

€CONOMÍAS GLOBALIZADA$
Producción y consumo responsable, experiencias en AMÉRICA LATINA
Compilador
Raúl Cera Ochoa
MSC
Fundación Universitaria SAN MATEO

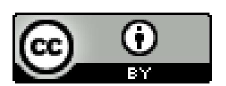




Economías globalizadas: producción y consumo responsable, experiencias en América Latina

Raúl Cera Ochoa (comp.)

CERA OCHOA, R., ed. *Economías globalizadas*: producción y consumo responsable, experiencias en América Latina [online]. Bogotá: Editorial Fundación Universitaria San Mateo, 2020, 96 p. Libros resultado de investigación collection. ISBN: 978-628-95582-9-6. https://doi.org/10.7476/9786289558296.



€CONOMÍAS GLOBALIZADA$

Producción y consumo responsable, experiencias en AMÉRICA LATINA

Compilador
Raúl Cera Ochoa



Editorial

ECONOMÍAS GLOBALIZADAS:
PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES,
EXPERIENCIAS EN AMÉRICA LATINA

Compilador: Raúl Cera Ochoa

COLECCIÓN LIBROS RESULTADO DE INVESTIGACIÓN

Prólogo
Milton Sánchez Hernández

Este libro ha sido evaluado por pares ciegos, cumpliendo
con los criterios de selectividad, temporalidad, normalidad
y disponibilidad propuestos por MINCIENCIAS

Recepción: Marzo 2019
Evaluación de propuesta de obra: Mayo de 2019
Evaluación de contenidos: Julio de 2019
Aprobación: Noviembre de 2019

€CONOMÍAS GLOBALIZADA$

Producción y consumo responsable, experiencias en AMÉRICA LATINA

Compilador
Raúl Cera Ochoa

Cesar Eduardo Jiménez * Siris López Rodríguez * Emmanuel Juárez García * Engels Revuelta Licea * Javier Alfredo Belandria Sánchez * Ana Eloísa Garzón









Economías globalizadas : producción y consumo responsable, experiencias en América Latina / Cesar Eduardo Jiménez .. [et al.] ; compilador, Raúl Cera Ochoa. -- Bogotá : Fundación Universitaria San Mateo, 2020.

99 p. ; 24 cm. -- (Colección libros resultado de investigación)

ISBN 978-958-52522-0-2

1. Economía internacional - Aspectos ambientales - América Latina 2. Globalización - Aspectos ambientales - América Latina I. Jiménez, Cesar Eduardo II. Cera Ochoa, Raúl, comp. III. Serie

CDD: 337.8 ed. 23 CO-BoBN–

Grupo de investigación



© Editorial Universitaria San Mateo
Transversal 17 No 25-25
https://www.sanmateo.edu.co/editorial.html
Bogotá – Colombia

Bogotá, 2020

Made in Colombia

Cómo citar este libro

Cera-Ochoa, R. (Comp.) (2020). Economías globalizadas: *producción y consumo responsables, experiencias en América Latina.* Bogotá: Editorial Universitaria San Mateo.

Tabla de contenido

PRÓLOGO

Cada vez que se está frente al reto de difundir nuevo conocimiento y publicar aquellos productos derivados de la actividad propia de investigación, surge la pregunta alrededor de la relevancia y pertinencia de dicho conocimiento en un mundo marcado por cambios constantes y por un rasante desarrollo tecnológico. Dentro de esta perspectiva, la Fundación Universitaria San Mateo a través de su grupo de investigación Bimat Business International Market Trade del programa de Negocios Internacionales junto con otras instituciones de educación superior; incentiva una producción científica, académica y cultural concordante con los cambios que desatan la transformación digital imperante, la globalización, la internacionalización de los mercados y la necesidad de una sostenibilidad ambiental. Por lo tanto, teniendo nuestra institución la investigación como una función sustantiva y uno de sus ejes esenciales; se propone con esta contribución un nuevo conocimiento buscando soluciones a los problemas apremiantes de nuestro tiempo, fortaleciendo sus grupos de investigación, visibilizando estos resultados y, garantizando de paso, que este conocimiento sea apropiado socialmente.

En consecuencia, nuevos retos y nuevos liderazgos deben asumir las instituciones de educación superior en esta era disruptiva. De manera que la intención de este proyecto editorial es dar respuesta a los cambios radicales y tecnologías emergentes así como compartir experiencias en América Latina; como por ejemplo, analizar los principales desafíos sociales que genera una economía globalizada en nuestra región o el impacto en el medio ambiente del crecimiento económico, de la producción y del consumo a través de un enfoque de economía circular que mitigue los efectos adversos del modelo tradicional de una producción lineal. Igualmente, la lucha contra la pobreza, el reto para un manejo eficiente de Big Data, las industrias 4.0 y toda la cultura digital reinante, hacen parte de los propósitos de análisis de este ejercicio editorial; que se abordan mediante la acción coordinada y sistemática que el conocimiento científico con su rigor puede y debe proporcionar.

Con esta publicación, se pretende formular planteamientos que fortalezca la comunidad académica y desarrollar en los profesionales en formación; las competencias requeridas en el siglo XXI y no competencias con paradigmas del pasado, para que los futuros profesionales puedan asumir con éxito los grandes retos de nuestra sociedad

de forma creativa, analítica, innovadora y con un pensamiento crítico. Siempre debemos tener en perspectiva, que esta era de transformación digital, de economías 4.0, de blockchain, necesitan de nuevos talentos que faciliten la innovación, el emprendimiento y una respuesta sostenible al consumo y a la presión para alcanzar mayores niveles de productividad. Solo de esta forma, las naciones podrán desarrollarse en armonía con los Objetivos de Desarrollo Sostenible planteados en el 2015 por la Organización de Naciones Unidas como un llamado al planeta para garantizar una convivencia armónica con prosperidad y bienestar para el 2030.

Gracias a la transformación digital y a las tecnologías de la información, la ciencia y el conocimiento científico están mundialmente conectados en red. Uno de los grandes logros de la humanidad en este siglo, es el acceso a la información de forma rápida y la proliferación casi exponencial de nuevas aplicaciones que facilitan enormemente la intención de la academia para interactuar y generar nuevas redes de conocimiento. En este orden de ideas, sólo con una cooperación dinámica a través de las fronteras se puede contribuir a la solución de los principales problemas sociales. Necesariamente para la construcción de estas redes de conocimiento, se hace indispensable la construcción y el fortalecimiento de un capital social. Es de amplio conocimiento en el mundo académico y empresarial, que se puede llegar a ser competitivo cuando existen bases sólidas de este capital social; entendido como la capacidad de cooperar, intercambiar conocimiento y generación de confianza entre los elementos de un sistema social.

Así, uno de los principales propósitos de esta edición es el fomento de un espíritu cooperativo y de interacción. Resultado de este propósito es la participación y contribución de investigadores de amplia trayectoria y experiencia tanto a nivel nacional como internacional; lo que permite generar fuertes índices de cohesión y colaboración necesarios para robustecer el capital social indispensable para medir el desempeño de los grupos de investigación en nuestro país. Solo así se mejora la calidad de nuestras universidades, haciéndolas más competitivas y merecedoras de una acreditación institucional a través de fortalecer este objetivo hacia la excelencia con la generación de dinámicas de interacción, de intercambio de perspectivas y afianzando lazos de confianza para compartir conocimiento y experiencias.

Los contenidos de investigación aquí formulados consolidan impulsos sólidos para una cooperación interinstitucional sostenible en el futuro y fortalece la estrategia de internacionalización de la Fundación Universitaria San Mateo que nunca renunciará a la

cooperación científica a través de las fronteras como parte de su misión de proyectar la educación, la ciencia y la investigación; facilitando espacios de encuentro como el *II Congreso Internacional de Negocios Internacionales 2019* en la búsqueda de una excelente cooperación científica y del cual se derivan los contenidos de esta iniciativa editorial; para lo cual, en este congreso se contemplaron temas centrales como: el emprendimiento e innovación, economías globalizadas, producción y consumo responsables.

Finalmente, las contribuciones académico-científicas planteadas en esta oportunidad constituyen importante aporte para estar preparado en esta era disruptiva y de transformación digital; ampliando las perspectivas en las cuales se desarrollan los negocios internacionales en el actual proceso de globalización exigente cada vez más de alta competitividad, más calidad y mayores capacidades para innovar y emprender; sobre la base de generar nuevo conocimiento y mayor valor agregado.

Milton Harvey Sánchez H.
PhD



ROL DEL ACTIVO INTANGIBLE AMBIENTALMENTE RESPONSABLE DE LA PRODUCCIÓN Y CONSUMO EN AMÉRICA LATINA

César Eduardo Jiménez Calderón - Siris María López Rodríguez

César Eduardo Jiménez Calderón:
PhD en University Management. Segundo doctorado en Administración, último semestre. Profesor de pre y posgrado en Universidad César Vallejo, Lima, Perú. Profesor de la Escuela de Administración: encargado de Acreditación y Calidad. ORCID: 0000-0001-7894-7526. Scopus Author ID: 56353856500. Web of Science Researcher ID: F-8053-2017. E-mail: cjimenezc@ucv.edu.pe; cesarejimenez@gmail.com

Siris María López Rodríguez:
Negociadora internacional con estudio de doctorado en economía, pobreza y desarrollo social. ORCID: 0000-0001-7258-6301. Investigador Junior por Colciencias. Directora del programa de negocios internacionales de la Fundación Universitaria San Mateo, Bogotá D.C, Colombia. E-mail: direccion.negocios@sanmateo.edu.co

Resumen

El capítulo describe las operaciones innovadoras generadas por los servicios tales como el "activo intangible"; y los productos orientados a la producción y consumo, tomando como referencia algunos países de América Latina. El parámetro "activo intangible" ha sido usado para contextualizar el análisis-crítico del estado actual del cambio tecnológico, patrimonio industrial, producción industrial, responsabilidad civil y el comportamiento del usuario cultural en una economía globalizada. Los impactos eco-socioeconómicos en los países de América Latina más importantes están orientados a la sostenibilidad ambiental. En consecuencia, el efecto producido por el cambio climático en el continente es tratado en tres grandes subtemas vinculados al "activo intangible" ambientalmente responsable: (a) el efecto del cambio climático en la investigación sobre economía circular, (b) la situación laboral de los proveedores de servicios y calidad de vida de las personas, y (c) el impacto de los acuerdos de concesión de servicios públicos. Por ello, el activo intangible de las operaciones de transformación y consumo del usuario cultural son transversales a la diversidad de software y aplicaciones, al capital humano y la moral, I + D + i y, la marca y calidad de los productos y servicios.

Palabras clave: cambio tecnológico, patrimonio industrial, responsabilidad civil, producción industrial, usuario cultural.

INTRODUCCIÓN

La combinación en menor o mayor grado de los componentes del activo intangible (Camargo & Bolívar, 2018) están bajo el dominio del constructo cultural de una comunidad vinculada a la producción o servicio. Si las actividades que realizan las personas están estrechamente asociadas no sólo a sus intereses personales o institucionales; sino también al diseño del producto, consumo, valoración de sus actos, actitudes y percepciones diversas en el proceso de representación de su realidad (Aarón, Solano, Choles, & Cuesta, 2018). Entonces, ¿qué motiva al usuario cultural de América Latina, en su representación interna de la realidad, adaptarse al cambio tecnológico, patrimonio industrial, producción industrial, y su responsabilidad civil en una economía globalizada? El objetivo del estudio surgió de la necesidad de analizar críticamente los factores antes mencionados, y demostrar que las organizaciones que toman en cuenta la participación de los activos intangibles generan mayor valor de mercado e innovación en sus operaciones (Zumba, Zumba, Toledo-Macas, & Martinez-Fernandez, 2017).

Este capítulo comprende la descripción de las operaciones innovadoras generadas por los servicios y los productos orientados a la producción y consumo. Por ello, el inicio del análisis comparativo tiene una base teórica que sirve de soporte a la metodología crítica del objeto de estudio. Luego, el efecto producido por el cambio climático en América Latina es tratado en tres grandes subtemas vinculados al activo intangible ambientalmente responsable. Por último, la meta-síntesis aplicada a esta descripción y análisis sobre el activo intangible de las operaciones de transformación y consumo del usuario cultural lleva a una discusión y conclusión en una economía globalizada.

Fundamentación teórica.

El axioma de la teoría vinculada al cambio tecnológico es que existe un mecanismo por el cual la integración de bajo nivel de cadenas de valor globales funciona contra el cambio tecnológico sesgado por las habilidades laborales, el activo intangible, de los países en desarrollo. La

dinámica de este mecanismo radica en que demasiada mano de obra calificada es absorbida por las industrias que requieren de bajas habilidades debido a la difusión de tecnología poco sesgada; esta situación provoca una mano de obra insuficiente para las industrias de alta calificación(Shen & Zheng, 2019). En este sentido, América Latina ha mostrado por decenios un sesgo muy marcado en las habilidades laborales de los países que la conforman con alto talento humano calificado, pero con escasos desafíos innovativos. Esta situación generó alta dependencia tecnológica de los países más desarrollados económicamente, especialmente del hemisferio norte.

La teoría Dempster-Shafer (Liu, Zhao, & Yang, 2018) permite clasificar y evaluar el patrimonio industrial, teniendo en consideración el tipo de industria, el año, el proceso de desarrollo, el entorno inmediato y herencia industrial. La viabilidad de esta teoría es efectiva para fusionar evidencias, y que la función de masa es confiable para confirmar los niveles de conservación. Este nuevo enfoque para confirmar el nivel de conservación del patrimonio industrial como resultado de un proceso natural de evolución y acomodación al consumo y exigencia de los usuarios culturales de América Latina en los últimos decenios.

Otra teoría importante del entorno que brinda soporte al concepto de activo intangible conocido como responsabilidad civil impuesta por las leyes y los procesos civiles en el contexto del apoyo de los mercados saludables. La responsabilidad civil es valiosa porque proporciona una gran cantidad de bienes morales, como mecanismos para la coordinación social entre personas antagónicas, la inculcación de hábitos morales deseables y, sobre todo, la creación de riqueza bajo el paraguas de honestidad y respeto mutuo entre vendedor-comprador. En consecuencia, el derecho contractual proporciona un mecanismo por el cual aquellos que desean participar en el mercado pueden volverse vulnerables a represalias en caso de incumplimiento de sus acuerdos (Oman, 2014).

Basado en el modelo Copeland-Toylor (Yang, Zhang, & Zha, 2019), la teoría de la producción industrial muestra que el aumento de las emisiones contaminantes en el patrón espacial de las diversas regiones puede producir un impacto sobre las aguas residuales industriales. En este punto, las autoridades encargadas del control de los problemas ambientales deben ser capaces de priorizar el costo social a la ganancia económica.

METODOLOGÍA

Este estudio responde al uso del método analítico-crítico, con un enfoque sistémico, sobre las operaciones que generan servicios y productos orientados a la producción y consumo en América Latina, con énfasis en el aporte del activo intangible en la transformación de los insumos mediante innovación ambientalmente sostenible. Los resultados más notorios a nivel de esfuerzos innovadores de las empresas en los diversos países de América Latina fueron tomados en cuenta en este análisis crítico. Los datos fueron recopilados de publicaciones oficiales y descritos comparativamente entre los países procurando tener una cobertura de sus diferentes patrimonios y producción industrial.

El resultado del análisis del activo intangible constituye una práctica de tendencia que muchas organizaciones en América Latina están adoptando con el propósito de construir información valiosa. Este documento presenta una visión retrospectiva y holística de los métodos teorizados y empleados por las organizaciones para ayudar a los investigadores en la comprensión que han tenido las empresas ambientalmente responsables para tomar decisiones de inversión en la producción y consumo. El análisis y síntesis sistemático de esta investigación permite a los autores responder a las siguientes preguntas clave: P1 - ¿Cuál es el efecto del cambio climático en la investigación sobre economía circular?, P2 – ¿Cuál es la situación laboral de los proveedores de servicios y calidad de vida de las personas? y P3 - ¿Cuál es el impacto de los acuerdos de concesión de servicios públicos?

Esta metodología de revisión sistemática de la literatura se realiza mediante la observación y comprensión de las tendencias pasadas, patrones socio-económicos, resumiendo conocimiento, para apoyar a la comunidad académica. El análisis-síntesis de este documento comprende los reportes más significativos sobre la dinámica del activo intangible en América Latina que han contribuido tanto conceptual como empíricamente a la expansión y acumulación de riqueza, tecnología y gestión de recursos empresariales.

RESULTADOS

El efecto producido por el cambio climático en América Latina es tratado en tres grandes subtemas vinculados al activo intangible ambientalmente responsable vinculados a la economía circular, calidad de vida y servicios públicos.

Efecto del cambio climático en la investigación sobre economía circular en América Latina.

Perú.

El tema de economía circular ya está incorporado en el discurso político y social en busca de la transformación de los usuarios culturales (De-la-Hoz-Franco, Martínez-Palmera, Combita-Niño, & Hernández-Palma, 2019). Diversos restaurantes facilitan el acopio de residuos de aceite comestible para ser transformados en combustible para vehículos de transporte (Mujica Bueno, 2018). Otro ejemplo de economía circular está en la empresa productora de baterías ETNA porque ya reutiliza los recipientes de las celdas usadas. También, la empresa cervecera BACKUS reutiliza el 45% de sus cajas plásticas nuevas de cerveza fabricadas en base a material reciclado, también reutilizan los envases producidos a partir de vidrio reciclado. Las botellas de plástico desechadas son convertidas en fibras para producir diferentes nuevos objetos.

El Ministerio del Ambiente de Perú publicó el Reglamento de la Ley de Gestión Integral de Residuos Sólidos en diciembre del 2017. Esta norma busca minimizar la generación de residuos sólidos en el origen (viviendas, empresas, industrias, comercios) (Cárdenas-Ferrer, Santos-Herrero, Contreras-Moya, Domínguez, & Domínguez-Núñez, 2019). En Perú, aproximadamente el 1.9% del total de residuos sólidos son reaprovechados. En Perú el 2016, se generaron 7´005,576 toneladas de residuos sólidos municipales urbanos. El 18.7 % de este volumen corresponden a residuos inorgánicos reciclables, por ello, la oportunidad de generar empleo a través de productos innovadores y cambio tecnológico, como papel, cartón, vidrio, plástico PET, plástico duro, TETRA-PAK, metales y residuos eléctricos y electrónicos.

El Perú, en el ejercicio de la responsabilidad civil, tiene previsto reducir al 100% el consumo de recipientes, envases y vasos de poliestireno expandido de ma-

nera gradual dando cumplimiento a la Ley 30884 que regula el plástico de un solo uso y los recipientes o envases descartables.

Colombia.

El país ha generado un modelo de economía circular que permite hacer negocios atendiendo al crecimiento económico de la sociedad, la sustentabilidad ambiental y la disminución de los riesgos por la volatilidad e incertidumbre de precios de las materias primas y los recursos energéticos. Aún, los consumidores y las empresas mantienen una relación, de consumo y producción, centrada en el modelo de economía lineal, privilegiando factores como el precio frente a la calidad y vida útil de los productos. Sin embargo, el principio de la economía circular está siendo respaldado por el Estado colombiano y consiste en un ciclo continuo de desarrollo que conserva y mejora el capital natural, optimiza el uso de los recursos y minimiza los riesgos ambientales del ecosistema.

Colombia, a finales de 2015, se comprometió ante la comunidad internacional en implementar diez medidas concretas de adaptación, que van desde la delimitación y protección de los 36 complejos de páramos, hasta lograr que el 100% del territorio nacional cuente con planes de adaptación al cambio climático. Lo que implica principalmente promover una competitividad económica baja en carbono y sostenible para contribuir a la lucha contra el cambio climático, así como incrementar los índices de inclusión y bienestar social (Andrea & Cuartas, 2016).

El anterior compromiso del Gobierno consistió en implementar un Plan Nacional de Desarrollo (PND) relacionado con el crecimiento verde. Esta política verde, principalmente busca, que la industria manufacturera colombiana adopte prácticas de generación de valor sostenible, con el cual se desea tener un crecimiento económico, social y ambientalmente sostenible. Lo anterior requiere de la economía circular como pieza angular para contribuir con la competitividad del país, a generar menos desechos y más negocios con empleos verdes. Posteriormente, el Gobierno adjudicó un contrato para realizar el estudio de intensidad en el consumo de materiales en los sectores de la industria manufacturera y de la construcción de Colombia, buscando estudiar los factores que afectan el uso eficiente de materiales y la recuperación de residuos, con el fin de identificar mejoras en cuanto al desarrollo sostenible.

Brasil.

La circularidad de los materiales precede a la etapa de ciclo biológico y técnico. En el ciclo biológico el resultado se persigue desde la concepción de los materiales y el retorno nutritivo y regenerativo a la biosfera. Ya en el ciclo técnico, el mantenimiento de materiales en circulación industrial tiene como objetivo proporcionar un mayor valor agregado por múltiples períodos de uso.

Los principios fundamentales que respaldan el concepto de economía circular, apuntando al modelo de diseño de productos y sistemas eco-efectivos, básicamente son tres: los desechos son nutrientes; uso de fuente solar ilimitada; y gestionar la diversidad.

La economía circular propone la adopción del modelo sistemas naturales interdependientes, buscando asegurar un crecimiento económico a largo plazo sin comprometer la regeneración de los ecosistemas. Y, en este sentido, propone procesos saludables y circulares donde los residuos se reintroducen como nutrientes del inicio del diseño del producto o sistema.

Este modelo está diseñado para circular de manera eficiente con materiales biológicos retornables para la cadena alimentaria y agrícola, mientras que los materiales técnicos se reubican en la producción, sin pérdida de calidad.

Chile.

En Chile, el cambio climático, ha producido sequía que está afectando a la producción agrícola y la desertificación incrementa. La economía circular ha sido estudiada y aplicada en empresas privadas; generalmente liderados por jóvenes que están apostando por la nueva tendencia, como ejemplo, la empresa Comberplast que realiza el reciclaje del plástico y lo transforma en beneficio de la sociedad. Otro ejemplo, es la empresa Fundación Vivienda de Consulting and Energy que ha realizado un prototipo de casa hecha con paneles fabricado con residuos de arroz.

En Chile, algunos árboles fueron sembrados en una avenida muy transitada para disminuir la contaminación sonora de los vehículos. Aquí, se aplican impuestos a las emisiones de CO2 al sector agropecuario que emite un 40.6% del total de emisiones. La industria del reciclaje está regulada por ley. La transparencia en la información, la ética en las organizaciones y el auto hacerse cargo de los impactos propios hacen posible la eco innovación o el ecodiseño necesario para afrontar el cambio climático en el país. En

consecuencia, Chile es un país totalmente vulnerable a los cambios climáticos y el aumento de la emisión de CO2 amenaza la acidificación de los océanos, el uso de agua dulce, los cambios en el uso de suelo, etc.

El consumo indiscriminado de la sociedad chilena ha generado un incremento en la producción de residuos. Por ello, una política enfocada a la valorización y tratamiento adecuado de residuos, llamada la ley REP (Responsabilidad Extendida del Productor), que dice que el fabricante o importador de un producto se hace responsable de esta una vez terminada su vida útil, esta ley abarca seis categorías como: aceites y lubricantes, neumáticos, baterías, pilas, aparatos electrónicos y eléctricos.

Argentina.

La valoración económica total de los manglares en Argentina puede variar entre 38 dólares y 77 mil dólares por hectárea, dependiendo del método de valoración, el número de servicios ecológicos, el entorno social, la percepción económica y la presión por el uso del suelo para reconvertir los hábitats.

Los ecosistemas de manglar proveen beneficios socioeconómicos a las comunidades nacional como local que, por su localización, se estima que serán mayormente afectados frente al cambio climático global. Si bien se considera que los humedales del hemisferio sur aún mantienen gran parte de su biodiversidad original, humedales patagónicos como los mallines, presentan señales de deterioro. Esto se debe al cambio climático, impacto de la ganadería, introducción de especies como el salmónido en la Laguna Blanca produciendo la disrupción ecológica de especies en cuerpos de agua patagónicos.

El turismo como actividad económica es una estrategia de crecimiento y de internacionalización en Argentina (Schenkel, 2015) destinado a mejorar la calidad de vida, generación de empleo, de oportunidades de negocios para la micro, pequeña y mediana empresas.

Ecuador.

La economía circular supone un cambio radical de los sistemas de producción y consumo actuales en este país. Esto evita la creación de residuos e impactos negativos derivados, mitigando las externalidades negativas para el medioambiente, el clima y la salud humana. El objetivo es retener tanto valor como sea posible de los productos, partes y recursos para crear un sistema que

permita una larga vida útil, compartición, digitalización y recuperación de recursos.

La escasez de recursos junto con el crecimiento de población y los patrones de consumo ya son insostenibles y necesitan un cambio en el modelo lineal actual de extraer, producir y desechar y desvincular el crecimiento económico de la extracción y uso de nuevos recursos.

El efecto del cambio climático y la situación laboral de los proveedores de servicios en América Latina.

Uruguay.

La siguiente reflexión sobre las condiciones laborales en la educación estatal uruguaya puede ser un factor determinante a la hora de escoger en qué lugar trabajar. La influencia de las condiciones laborales juega un rol importante en la eficiencia de la en la educación básica estatal para influenciar de manera directa sobre las personas y la calidad de vida. También se puede identificar una influencia indirecta sobre la generación de ganancias, rentabilidad y retorno de activos; y, sobre el impacto ambiental de las operaciones realizadas en los servicios públicos prestados en materia educativa.

El sistema puede ser ambientalmente sostenible si las personas involucradas pueden generar cambios estructurales para que el planeta pueda soportar las tasas de vaciado y emisión que se generan con la actividad económica, cultural y social. En el tiempo, se logrará reducir las brechas existentes entre las ganancias, el planeta y las personas; con ello, este ensayo pretende generar una propuesta que nos acerque a la sostenibilidad ambiental.

México.

La ética ambiental de la población es formada por la familia y potenciada con la educación básica. Este proceso denominado educación básica es a su vez afectado por diversos factores internos y externos que desembocan en el desarrollo o estancamiento de la Nación. En México, la educación ambiental fue promovida en la educación básica a través del Programa de Modernización Educativa 1989-1994, con el objetivo de formar una población crítica que entienda la complejidad de las actividades humanas, su interacción e impactos con el medio ambiente. Para su desarrollo fue incluida la dimensión ambiental en el modelo educativo, los puntos trabajados fueron: la problemática

ambiental, la prevención y disminución de impactos negativos y los valores sociales.

Algunas de las brechas sobre la situación laboral de los docentes comprenden algunas deficiencias, como que los docentes no fueron formados en el desarrollo del modelo educativo orientado al cumplimiento de los objetivos de desarrollo sostenible; en las zonas más vulnerables (rural e indígena) fueron identificados los colegios con mayor precariedad de infraestructura y por ende la situación laboral de los docentes debido a que cada docente tuvo una carga de 22 estudiantes, con escaso material educativo y acceso a Internet.

Brasil.

La situación problemática planteada por diversos investigadores sobre asuntos vinculados al cambio climático y la necesidad de orientar el sistema educativo mediante metodologías de concientización ambiental es muy frecuente en Brasil. Los participantes de estos trabajos de investigación deben mantener el foco en aspectos sobre cambio climático y educación ambiental. Estas iniciativas han emergido a partir de la discusión generadas en talleres estratégicos que abordan la dinámica de los sentidos y preservación de la vida respecto al cambio climático.

Investigaciones realizadas en el campus de la Universidad Federal de Santa Catarina, en Brasil, a través de las dinámicas interactivas entre la naturaleza y la academia, dan razón que los docentes y estudiantes deberían liderar estos procesos, no solo porque son generadoras de futuros profesionales e investigadores sino por el rol que tienen respecto a la sostenibilidad del planeta. Además, es necesario mantener en debate el compromiso ambiental de estos centros de formación profesional, no solo como unidades de resiliencia de ecosistemas sino también como instrumento pedagógico para el cambio social positivo (Ripper Kós, Filartiga Gebara, Augusto Pompêo, & Henrique Pavan, 2017).

La preocupación por la enseñanza en la educación ambiental ha llevado a realizar investigaciones como la que se realizó en la Universidad de Caldas, en el Programa de Licenciatura en Educación Ambiental con la participación de maestros investigadores entre los años 2012 y 2013. La investigación contempla el conocimiento de la realidad, por parte de los docentes y de los miembros de las comunidades, como eje importante para la enseñanza de saberes insistiendo en el carácter transversal e interdisciplinario (Flórez-Espinosa, Velásquez-Sarria, & Arroyave-Escobar, 2017).

La educación es intergeneracional (González-Ricoy, 2016), en este sentido, los lineamientos cuidan la no vulneración de los derechos fundamentales de las generaciones presentes y futuras. En este contexto las investigaciones muestran una asociación débil o nula entre salario y calidad educativa. En otras palabras, se observan muchos casos en los cuales se paga más y no se logra calidad. Igualmente hay escuelas o sistemas donde se paga menos y la calidad que se obtiene es buena. (Castro & Loschpe, 2007).

Habría que generar un debate respecto a si el aumento de sueldos a los maestros (preescolar, primaria y secundaria) mejoraría la calidad de la enseñanza en América Latina y la preservación del medio ambiente. Una consecuencia de la afirmación anterior plantea una situación por demostrar que si los malos resultados escolares basados en inadecuadas prácticas en clase están asociados con la remuneración docente. Por ejemplo, si el proceso enseñanza-aprendizaje se ejecuta copiando en el pizarrón y, como se sabe, copiar del pizarrón no conlleva consecuencias positivas para el aprendizaje.

Perú.

El cambio climático, es un tema relativamente reciente en la educación en el Perú. A partir de la sensibilización de esta problemática en la opinión pública, básicamente en los sectores urbanos como son las ciudades metropolitanas e intermedias a través de diversos medios de comunicación masivos se involucran a los docentes en tareas de información y compartir acciones con sus alumnos y comunidades urbanas y rurales en las que desarrollan sus actividades pedagógicas. Así tenemos que incluyen en estas actividades presentación de casuística, actividades de proyección a la comunidad y relacionamiento con autoridades locales y comunales, a través de concursos de materiales de reciclaje, recojo de residuos sólidos, lugares de recreación y otros.

En zonas rurales existen experiencias de trabajo en temas de promoción de escuelas saludables, familias y comunidades saludables. La participación de profesionales en este rubro es muy importante para orientar adecuadamente los trabajos de protección y conservación de la biodiversidad, por ejemplo, mediante campañas de reforestación de los espacios comunes como son bosques y espacios públicos. También, los profesionales pueden apoyar en el desarrollo de campañas para la conservación de la diversidad de flora, fauna e interculturalidad.

Los docentes de Educación Básica Regular tienen condiciones laborales muy

difíciles en el Perú, en especial en las zonas rurales y de frontera; donde no cuentan con las condiciones adecuadas para desarrollar sus actividades pedagógicas como son las limitaciones en infraestructura adecuada, materiales pedagógicos, mobiliario, energía eléctrica, programas de capacitación docente, internet, acceso a diversificación curricular, aislados de las autoridades locales, regionales y el MINEDU. Además, en el nivel inicial y primeros grados de educación básica regular tienen que lidiar con los efectos de la desnutrición y anemia materno infantil que afecta a sus estudiantes, en especial en las zonas rurales donde los indicadores son muy altos y se convierten en el principal problema social que afecta a la infancia del Perú.

Las remuneraciones percibidas por la gran mayoría de docentes resultan insuficientes y por eso se dedican a otras actividades complementarias como el comercio, artesanía o actividades terciarias, para completar su presupuesto familiar. Esta situación económicamente asfixiante para los docentes de las zonas rurales los lleva a cuestionarse qué deben priorizar en la triada: actividades comerciales complementarias, estatus laboral y, dedicarse a acciones orientadas a trabajar temas y acciones relacionadas con el calentamiento global o realizar emprendimientos o iniciativas de innovación pedagógica ambiental. La mayoría opta por continuar con las acciones rutinarias en cumplimiento con sus horarios laborales y compromisos comerciales formales, la cuestión ambiental es la tercera prioridad.

Sin embargo, en esta etapa donde hacemos referencia al estado de la cuestión educativa encontramos algunas iniciativas de innovación educativa como son algunas experiencias relacionadas a la Educación Intercultural Bilingüe, en las que toman en cuenta el contexto sociolingüístico y cultural y se producen materiales educativos acordes a su realidad para la enseñanza de la lengua materna y la segunda lengua de modo muy creativo, con resultados importantes.

Chile.

Carrasco-hidalgo (2019) sostiene que el cambio climático es una prioridad en Chile porque en las próximas décadas, los chilenos enfrentarán días muy calurosos, paisajes áridos, incremento de tormentas, menos lluvias, marejadas, disminución de la fauna y flora, las cuales impactarán tremendamente en la calidad de vida de las personas. Por lo que, el cambio climático forma parte de la malla curricular de la educación en Chile a partir

de este año 2019, enfocando esta temática trasversal a los alumnos que cursan la enseñanza media. La situación laboral de una gran parte de los docentes chilenos es que realizan jornadas adicionales a sus contratos con un solo salario.

México.

La mayoría de los enfoques y problemáticas respecto a la situación laboral de los docentes en México están referidos a los temas salariales y la importancia del maestro formador. Aunque este último aspecto no es reconocido por la población a tal punto que el 70% de los maestros considera que los padres de familia no valoran su sacrificado trabajo (Rodríguez 2005: 144, 162).

Pero temas ligados al cambio climático, no están en las agendas para la educación mexicanas. Por ejemplo, los temas de condiciones de salud, no es considerado por las instituciones, ni los profesores lo consideran en sus prioridades y agendas gremiales este tema para mejorar de su calidad de vida laboral (Robalino & Körner 2005: 19).

Algunos indicadores sobre infraestructura deben estar ligados al presente y futuro del cambio climático en México. Por ejemplo, al evaluar las aulas de 117 maestros de 11 escuelas estatales en León (Guanajuato), al 2005, se detectaron problemas en el exceso de temperatura en las aulas durante el verano, agravado por la ausencia de ventiladores en la mayoría de las aulas y saturación de escolares, debido a la reducida superficie de aulas por cantidad de alumnos (Rodríguez 2005: 153, 154, 155, 170).

Se pueden observar aspectos de clima que ya están afectando las condiciones laborales como la salud, infraestructura de aulas con cantidad excesiva de alumnos y exceso de temperatura en verano, techos de las escuelas sin mantenimiento con riesgo ante fuertes lluvias, y otras inclemencias vinculados al cambio climático.

El efecto del cambio climático y los acuerdos de concesión de servicios públicos en América Latina.

Colombia.

Según Pineda Jaramillo (2016), uno de los medios de transporte en Colombia fueron los ferrocarriles entre los años 40 y 60 del siglo pasado, por la gran producción de la industria cafetalera hacia sus puertos. Con el pasar de los años los ferrocarriles, fueron remplazados por un medio de transporte carretero, lo cual ha

generado en las mercancías un alto costo de operación en el transporte. Asimismo, el transporte carretero impacta negativamente en la seguridad vial, los tiempos de viaje y por ende al medio ambiente.

En este sentido, los países desarrollados como Estados Unidos, China y Rusia, todavía transportan, de manera eficiente, miles de toneladas de mercancías por Ferrocarril. Según (Pineda, 2016), en Colombia en el 2013 "se transportaron 220 000 toneladas de mercancías en 203 000 km de carreteras, mientras que por ferrocarril se transportaron 76 00el0 toneladas de mercancías incluido el carbón". Según este análisis, los ferrocarriles demuestran gran capacidad para transportar una amplia magnitud de mercancías. No obstante, el uso de ferrocarriles sigue siendo muy limitado, a pesar de la confiabilidad del servicio para el transporte masivo de pasajeros y de cargas en otros países.

En 1998, se consolida una concesión con el Estado colombiano, que consistía en la rehabilitación, mantenimiento y operación de la infraestructura ferroviaria con redes al Pacífico y Atlántico a cargo del Ministerio de Transporte y el Instituto Nacional de Concesión. Hacia el 2019, el balance es que gran parte de los 3800 km de la red ferroviaria están inactivas, debido al mal diseño de la proyección topográfica de las vías, que no cumplen con las condiciones técnicas y estándares internacionales.

Pineda (2016) pone en manifiesto que en Colombia es necesario que exista una integración multimodal, y eliminar así la competencia entre los diferentes sistemas de transporte, a esta afirmación se complementaría un sistema de comunicación vía carretera entre estos puntos multimodales del tren. Por ello, se requiere de una mayor inversión pública o privada (concesión), en la renovación absoluta para un moderno sistema de ferrocarril, cuya integración de transporte vía marítimo, aéreo, carretera y fluvial, demuestre servicios integrales de calidad y la satisfacción en la industria colombiana.

Las regiones apartadas de Colombia requieren suministro de energía como un desafío al desarrollo sostenible en el campo energético. Herrera (2018) sostiene que Colombia ha tenido iniciativas en la promoción de energía renovable debido a que existen regiones que carecen de suministro de electricidad. Asimismo, el déficit de infraestructura y suministro de electricidad ha limitado la oportunidad de generar desarrollo y competitividad en materia económica de las regiones apartadas.

¿Cómo influye la innovación de una energía saludable en las regiones más

apartadas de Colombia? En general, el uso de tecnologías limpias, tales como la energía solar fotovoltaica, eólica y biomasa, contribuyen a mitigar el efecto de los gases de efecto de invernadero en el planeta. En este sentido se ha convertido en un desafío para los países latinoamericanos como Brasil, Chile, Argentina y Ecuador como políticas públicas el desarrollo energético como una tecnología limpia.

La importancia de la energía renovable influye positivamente en las comunidades aisladas con baja cobertura de electricidad. La energía y desarrollo económico es un binomio indispensable para el crecimiento de un país. Asimismo, permite la posibilidad de aumentar los indicadores de competitividad y bienestar social de las comunidades, reduciendo el nivel de pobreza y los costos, dentro del marco del desarrollo de la industria energética no convencionales, y la utilización en industria local con sostenibilidad ambiental.

Brasil.

El sistema de transporte de Brasil se define principalmente por una extensa red de rutas y carreteras, que supera los 1,8 millones de kilómetros de extensión; pero también se ve beneficiado por un sistema de transporte fluvial, ferroviario y aéreo. Es el segundo país con mayor número de aeropuertos, apenas superado por Estados Unidos. Cuenta con 34 aeropuertos internacionales y casi 2.500 regionales. El aeropuerto que recibe mayor flujo de pasajeros es el Aeropuerto Internacional Guarulhos en San Pablo, que también constituye el más importante de América del Sur.

El territorio brasileño alberga la décima red ferroviaria más grande del mundo, con casi 29 mil kilómetros de longitud, mientras que las hidrobias superan los 50 mil kilómetros de extensión. Cuenta con 37 puertos importantes, entre los cuales se destaca el principal puerto de América Latina: Porto de Santos en el Estado de San Pablo. Manaus, con su puerto fluvial cerca del río Amazonas, también juega un papel destacado en cuanto a movimiento de cargas y pasajeros. En lo que refiere al transporte urbano, casi todas las metrópolis de Brasil cuentan con un sistema de ómnibus, y en las más extensas es posible trasladarse en el rápido sistema de metro o tren.

Programas y acciones de desarrollo sustentable están relacionados al uso de energías renovables y a la conservación y/o eficiencia energética. Programas que contribuyen para que el país tenga una matriz energética limpia, con pequeñas emisiones de gases de efecto invernade-

ro en el sector energético, para la estabilización de las concentraciones de esos gases en la atmosfera y para el desarrollo sustentable a largo plazo.

De 1975 al 2000, fueron producidos 5,6 millones de vehículos a alcohol hidratado, además de eso, el pro-alcohol permitió la substitución, en hasta 25% la gasolina consumida por alcohol anhidro (Prado, 2012). Esa medida afectó, en ese periodo, una flota que llego a ser superior a 10 millones de vehículos, y de esa manera impidió que fueran liberadas para la atmosfera aproximadamente 400 millones de toneladas de CO2, evitó la importación de aproximadamente 550 millones de barriles de petróleo y generó una economía de divisas del orden de 11,5 billones de dólares.

En el 2000, Brasil produjo 322 TWh en centrales eléctricas de servicio público, siendo más de 90% de origen hidráulica, siendo uno de los mayores productores mundiales de energía hidroeléctrica, de manera tal que la emisión de CO2, proveniente del sector eléctrico de Brasil está entre las más bajas del mundo. El objetivo de estos programas es reducir pérdidas y la eliminación de desperdicios en la producción y en el uso de energía, además de la adopción de tecnologías de mayor eficiencia energética.

Argentina.

El Banco Mundial (2014), definió a las Asociaciones Público-Privadas (APP) de la siguiente manera: un contrato a largo plazo entre una parte privada y una entidad pública, para brindar un activo o servicio público, en el que la parte privada asume un riesgo importante y la responsabilidad de la gestión y la remuneración está vinculada al desempeño. En el uso del término "concesión" de servicios públicos y la terminología APP, algunos gobiernos describen las APP en sus políticas o leyes como concesión en el caso del Brasil para referirse que es una APP totalmente pagada por los usuarios, o como el caso de Chile la concesión es un sinónimo de APP.

En noviembre de 2006, el Comité de Interpretaciones a las Normas Internacionales de Información Financiera (CINIIF) publicó 12 Acuerdos de Concesión de Servicios (Deloitte, 2011). Los acuerdos de concesión de servicios son acuerdos en virtud de los cuales un gobierno u otro organismo (entidad concedente) adjudica contratos para el suministro de bienes o servicios públicos, tales como carreteras, suministro de energía, prisiones, hospitales, etc., a una empresa del sector privado (operador). Estos contratos se conocen también como acuerdos público-privados. La CINIIF 12 se aplica a

un amplio conjunto de acuerdos de concesión de servicios. Entre ellos, servicios de transporte; construcción y explotación de plantas de tratamiento de residuos; servicios públicos aeroportuarios; construcción y mantenimiento de hospitales; generación de energía renovable; producción de electricidad; construcción y explotación de sistemas de transporte público, escuelas, prisiones, etc.

Los APP en los países de América Latina y el Caribe (ALC) se han centrado en las Tecnologías de la Información y Comunicación, la energía y el transporte. Pese a la gran heterogeneidad entre los países de la región, un tercio de las inversiones en infraestructura las realiza el sector privado. Los APP en TIC, energía y transporte han predominado dentro de la participación total de mercado y representaron más del 90% de todas las asociaciones público-privados de la región durante la pasada década.

Observando el aspecto económico, América Latina (OCDE/CAF/CEPAL, 2018) está experimentando una recuperación moderada tras dos años de recesión. Varias economías en América Latina se desaceleraron notablemente al comienzo del año (FMI, 2019). Se prevé que la región crezca a un ritmo de 0,6% en 2019, y que repunte a 2,3% en 2020. En el caso de Argentina, la economía se contrajo en el primer trimestre del año, aunque a un ritmo más lento que en 2018. La proyección de crecimiento para 2019 se ha revisado ligeramente a la baja y su inflación anual acumulada en el 2018 llegó a 47.6% (INDEC, 2019).

Finalmente, los escándalos de corrupción del caso de la empresa Odebrecht y su impacto regional (OCDE/CAF/CEPAL 2018), además del impacto en la empresa misma, han provocado un retraso de la inversión en infraestructuras en América Latina. Los ciudadanos argentinos que perciben que la corrupción está extendida en el país, ascendiendo de 76% a 78% entre 2006 y 2016.

Perú.

El calentamiento global es generado por la acumulación de Gases de Efecto Invernadero (GEI) principalmente el metano (CH4) y el dióxido de carbono (CO2). Este incremento de la emisión de los GEI se ha debido principalmente al inicio de la revolución industrial que a la fecha se ha acumulado un 40% de la concentración del CO2. Paralelamente existen otras actividades como la agricultura, ganadería, transporte, generación y consumo de energía, entre otras actividades que emiten los GEI.

En Perú, el crecimiento económico se ha debido entre otras razones a la atracción de inversionistas privados que han revertido el caos socioeconómico de los años 80. Este cambio de orientación de la economía se inició en el año 90 al eliminar los subsidios y vender las empresas del estado que casi en su totalidad no eran rentables. Ante esta situación se promulgó el DS 674, Ley de Privatización, el 27 de setiembre de 1991. Como consecuencia del proceso de privatización se promovieron las concesiones de infraestructura de uso público, donde el estado otorgó al sector privado la gestión y prestación de estas actividades como el transporte, la generación de energía, construcción de infraestructura pública, etc.

Así tenemos que las principales vías de Lima metropolitana han sido concesionadas a consorcios internacionales como es el caso de la Línea Amarilla. En lo que respecta a concesiones de transportes, la mayor inversión se observa en el sector ferroviario en las que destacan la Línea 1 del metro de Lima y Callao que va desde Villa el Salvador hasta San Juan de Lurigancho que tuvo una inversión de 317.6 millones de dólares en el 2018. En el 2018 la inversión en infraestructura de transporte represento el 2% de la inversión bruta realizada en el Perú.

En 1992 se publicó el Decreto Ley 25844, ley de Concesiones Eléctricas, con lo cual se apertura el sector de generación eléctrica renovables y no renovables a la inversión privada. En el caso del sector generación de energía renovables, estas se clasifican en energías renovables convencionales (grandes hidroeléctricas) y no convencionales (las generadoras eólicas, solares fotovoltaicos, solares térmicas, geotérmicas, mareomotrices, de biomasa y las pequeñas hidroeléctricas). En el caso de Perú debido a su topografía accidentada, el 65% de generación de energía renovable es convencional, 7% de generación de energía renovable no convencional y restante 28% de generación de energía térmica. Dentro del grupo de generación de energía renovable convencional la participación del estado es de 32% correspondiendo el resto al sector privado. Con esta participación alta del sector privado en generación de energía renovable convencional, el Perú contribuye con la reducción del efecto invernadero, dado que utiliza mayormente fuente limpia de energía.

Chile.

Hacia el 2025, las ciudades de América Latina tendrán alrededor de 140 mi-

llones de automóviles, 80 millones más que en 2010 (Banco Interamericano de Desarrollo, 2013), con la alta conectividad se podrá monitorear a distancia el flujo de tráfico y anticipar puntos de congestión en tiempo real.

La política pública se ha convertido en una especialidad de la ciencia política con una amplia casuística que ahora incluye las políticas ambientales que muchos Estados aplican con diversa convicción y profundidad (Alarc, 2014); por esa razón, a diferencia de las visiones tradicionales en torno al ambiente, ésta tiene que ser abordada como una arena de confrontación, negociación y búsqueda de consensos, atravesada por el poder, las ideologías y los intereses materiales.

El creciente desplazamiento del transporte público urbano en automóvil tiene un efecto altamente nocivo en términos de contaminación y cambio climático. Según el Observatorio de Movilidad Urbana de América Latina de la Corporación Andina de Fomento (CAF), el transporte colectivo emite nueve veces menos contaminantes locales y cuatro veces menos CO2 que el transporte individual, en un contexto en que el tránsito en promedio ya aporta 60-70% del carbono (GEI) en las ciudades (Cumbre de Ciudades Lideres en Movilidad Urbana Sustentable de América Latina, 2014).

La reorganización del transporte público en la capital de Chile, con la adopción del sistema TranSantiago ha sido, probablemente, la experiencia más ambiciosa de reordenamiento del transporte urbano en la región. El transporte público santiaguino había experimentado una drástica desregulación durante la década de 1980, en un contexto de profundas reformas neoliberales.

Un modelo de regresión con datos diarios de panel de las distintas estaciones de monitoreo permitió medir la calidad del aire, el Transantiago (Figueroa, Gómez-Lobo, Jorquera, & Labrín, 2013) disminuyó en al menos 3,9/μg/m3 el promedio diario de concentraciones de PM10 en la ciudad. Este efecto específico sobre la contaminación representa un ahorro estimado en costos de salud de US$ 200 millones al año en el escenario medio, 12% de los cuales corresponde al ahorro de gastos en atenciones públicas.

En Chile el 68% de la energía eléctrica consumida es generada por centrales térmicas accionadas por combustibles fósiles (Rivas & Cardemil, 2015), los que son importados en 90%. La actividad minera e industrial del país requiere de altas cantidades de energía eléctrica, lo que equivale al 64% del total de esta energía generada en Chile. Actualmente las energías renovables no convencionales repre-

sentan solo 5,9% de la generación total de energía eléctrica. De este total, 30% de energía eólica, 30% de energía hidráulica de pequeña escala, 40% de biomasa y un discreto 0,5% de energía solar.

México.

México se sitúa entre los 15 países con mayor emisión de gases de efecto invernadero (GEI) producto del parque automotor, contribuyendo con 1.5% de las emisiones globales (Solis & Sheinbaum, 2016). Al respecto, ¿de qué manera se pueden plantear alternativas para la reducción de gases de efecto invernadero (GEI)?, ya que el transporte de pasajeros se triplicaría para los que usan autos privados con un promedio del 88% del parque automotor, siendo que para alcanzar la disminución al 20.9% de gases de efecto invernadero (GEI), es necesario la incorporación de buses de transporte escolar, renovación del parque automotor por autos de alta gama, incremento de autobuses de transporte rápido, así como estabilizar la flota de taxis, microbuses y combis.

Por otro lado, es preciso señalar que las fuentes móviles del sector energético equivalen al 29% de la quema de combustibles fósiles; aún existe una alta dependencia al petróleo como fuente energética para el transporte, lo que genera, cada vez mayores emisiones de Dióxido de Carbono (CO2).

La comunidad europea ha estado a la vanguardia en la aplicación de impuestos ambientales por la emisión de gases de efecto invernadero (GEI), principalmente por el Dióxido de Carbono (CO2), señalado como uno de los principales contaminantes para el cambio climático, sin embargo, en México las investigaciones en materia ambiental, así como la implementación de políticas son desalentadoras.

DISCUSIÓN

La tecnología ha producido un gran impacto en cada parte de las operaciones generadas por los servicios y productos orientados a la producción y consumo, pero si las empresas relegan el activo intangible ambientalmente responsable, entonces éstas pueden estar asegurando inadvertidamente su fracaso en el mercado y generar altos impactos ambientales, sociales y económicos. La

naturaleza humana es parte esencial de cualquier cadena de suministro, en oposición a las corrientes desarrollistas modernas que visualizan un mundo en el que la previsión, la planificación y la ejecución están totalmente automatizadas y perfectamente integradas, donde los sistemas se adaptan para resolver problemas y responder a cambios en la oferta o la demanda sin intervención humana por el usuario cultural.

El estado común de los países de América Latina considerados como referencia presenta al factor cambio tecnológico como mediador en las operaciones de producción y consumo. Los procesos que demandan un staff de alta calificación (Shen & Zheng, 2019) están asociados a los países de mayor dinámica industrial en la Región, donde las empresas aglutinan mano de obra e inteligencia con mayor o menor exigencia. La valoración del recurso humano es relativamente uniforme en este mercado laboral local; sin embargo, existen brechas ocupacionales cuando la mano de obra es comparada con el staff europeo, quizás por la alta especialización y los estándares de calidad.

Otro análisis importante es el referido a la intersección entre el patrimonio industrial (Liu, Zhao, & Yang, 2018), el usuario cultural y el consumo responsable de los habitantes de América Latina. Esta Región es caracterizada como multicultural y multiétnica, con intereses y hábitos de consumo respondientes a la publicidad, estatus y tendencias de la moda. Por ello, la industria busca cubrir estas brechas mediante estrategias de consumismo debido a que la población es mayormente vulnerable y condescendiente a los cambios no solo sociales sino también ambientales. La población escasamente toma consciencia de los embates de la naturaleza y tiene buenas prácticas en el manejo de riesgos naturales. Es sabido que ancestralmente, los lugares que ahora ocupa América Latina contenían sistemas e infraestructura de prevención de riesgos a los fenómenos naturales. La transculturación sin embargo mejoró algunas condiciones de vida masivamente, pero redujo algunas otras buenas costumbres, como la agricultura naturalmente sostenible.

La intersección entre responsabilidad civil, producción y consumo responsable ubica en el centro de operaciones el activo intangible que puede ser asociada a la inteligencia y el comportamiento de la población latinoamericana. De un lado, la responsabilidad civil genera ciertos compromisos y conducta en respeto a las normas y el respeto a los mercados saludables; sin embargo, otros ciudadanos latinoamericanos buscan evadir su res-

ponsabilidad civil generando antagonismos y burocratismo a grandes proyectos sociales. El sentido de la ética y la moral está disfrazado como una acomodación de la inteligencia y la percepción.

CONCLUSIÓN

El parámetro activo intangible ha sido usado para contextualizar el análisis-crítico del estado actual del cambio tecnológico, patrimonio industrial, producción industrial, responsabilidad civil y el comportamiento del usuario cultural en el impacto de una economía globalizada en América Latina. El activo intangible de las operaciones de transformación y consumo en los países de mayor desarrollo económico ha tenido al factor sostenibilidad ambiental como uno de sus componentes importantes.

El efecto del cambio climático en la investigación sobre economía circular fue evidenciado en el re-uso de los residuos y la responsabilidad extendida al productor. En consecuencia, el activo intangible ambientalmente responsable, motor de las economías de la mayoría de países en América Latina, capitalizó el reciclaje del flujo de materiales en su afán de equilibrar el crecimiento socio-económico y el desarrollo ambiental y de recursos.

La situación laboral de los proveedores de servicios y calidad de vida de las personas en América Latina ha incluido modelos educativos con dimensiones ambientales; sin embargo, las jornadas adicionales y falta de infraestructura hicieron difícil el proceso de adaptación al cambio climático, a la diversidad de software y aplicaciones, al capital humano y la moral.

El impacto de los acuerdos de concesión de servicios públicos es contradictorio; de un lado, mayores rutas, carreteras, buses, mejora del servicio público; pero, del otro lado, corrupción y políticas ambientales desalentadoras que han incidido en el comportamiento del usuario cultural, la calidad de los productos, la investigación e innovación en América Latina.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aarón, M. A., Solano, A. D., Choles, P. E., & Cuesta, R. (2018). Caracterización Socioeconómica de la Comunidad Indígena Wayuu de Manzana en Colombia: Un aporte desde la Ingeniería Social. ***Información Tecnológica***, 29(6), 3–11. https://doi.org/10.4067/S0718-07642018000600003

Alarc, F. B. (2014). Políticas públicas . Una vinculación necesaria . Santiago de Chile : Clacso /, 181–185.

Andrea, P., & Cuartas, Q. (2016). Efecto del cambio climático en las zonas costeras colombianas, (October). https://doi.org/10.13140/RG.2.2.16898.48327

Camargo, Y. I. B., & Bolívar, J. C. (2018). Gestión del conocimiento y activos intangibles en universidades públicas: Perspectiva de análisis. *Utopía y Praxis Latinoamericana*, 23(82), 211–232. Retrieved from http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=asn&AN=132310878&site=eds-live

Cárdenas-Ferrer, M; Santos-Herrero, F; Contreras-Moya, M; Domínguez, C., & Domínguez-Núñez, J. (2019). Propuesta Metodológica Para el Sistema de Gestión de los Residuos Sólidos Urbanos en Villa Clara. *Tecnología Química*, 39(2), 464–483. Retrieved from http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=fsr&AN=137673805&site=eds-live

Carrasco-hidalgo, C. (2019). *Chile y el cambio climático: pensar globalmente, actuar localmente*. Retrieved from https://www.researchgate.net/profile/Camila_Carrasco-Hidalgo/publication/335922403_Chile_y_el_cambio_climatico_Pensar_globalmente_actuar_localmente/links/5d83b2cda6fdcc8fd6f69952/Chile-y-el-cambio-climatico-Pensar-globalmente-actuar-localmente.pdf

De-la-Hoz-Franco, E., Martínez-Palmera, O., Combita-Niño, H., & Hernández-Palma, H. (2019). Las Tecnologías de la Información y la Comunicación y su Influencia en la Transformación de la Educación Superior en Colombia para Impulso de la Economía Global. *Información Tecnológica*, 30(1), 255–262. https://doi.org/10.4067/S0718-07642019000100255

Figueroa, E., Gómez-Lobo, A., Jorquera, P., & Labrín, F. (2013). Develando econométricamente los impactos sobre la concentración atmosférica de material particulado de un proyecto de remodelación del transporte Estimating the impacts of a public transit reform on particulate matter concentration levels: the case of Tra. *Estudios de Economía*, 40, 53–79.

González-Ricoy, I. (2016). Instituciones intergeneracionales y cortoplacismo político. Revista Española de Ciencia Política, 1(41), 67–92. https://doi.org/10.21308/recp.41.03

Liu, F., Zhao, Q., & Yang, Y. (2018). An approach to assess the value of industrial heritage based on Dempster–Shafer theory. *Journal of Cultural Heritage*, 32, 210–220. https://doi.org/10.1016/j.culher.2018.01.011

Mujica Bueno, S. E. (2018). Sustentos para que los aceites comestibles residuales (ACR) sean considerados dentro del régimen especial de gestión de residuos de bienes priorizados del Perú. *Espacio y Desarrollo*, 136(32), 125–136. https://doi.org/10.18800/espacioydesarrollo.201802.006

Oman, N. B. (2014). A Theory of Civil Liability,. 21 *Geo. Mason L.*, 137(2011), 381–409.

Prado Sampaio, M. D. A. (2012). El caso de la producción de etanol en Brasil: ¿un ejemplo para los países de América Latina? Cuadernos de Geografía: Revista Colombiana de Geografía, 21(1), 147–161. https://doi.org/10.15446/rcdg.v21n1.30698

Rivas, R. T., & Cardemil, J. M. (2015). Assessment of the contribution of carbon credits for the competitiveness of concentrating solar power plants in chile. *Ingeniare*, 23(4), 609–621. https://doi.org/10.4067/S0718-33052015000400011

Schenkel, É. (2015). La política turística como alternativa económica en la Argentina. PASOS *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 13(3), 619–628. https://doi.org/10.25145/j.pasos.2015.13.043

Shen, C., & Zheng, J. (2019). Does global value chains participation really promote skill-biased technological change?: Theory and evidence from China. *Economic Modelling*. https://doi.org/10.1016/j.econmod.2019.03.009

SolísÁvila, J. C., & Sheinbaum Pardo, C. (2016). Consumo de energía y emisiones de CO2del autransporte en México y escenarios de mitigación. *Revista Internacional de Contaminacion Ambiental*, 32(1), 7–23

Yang, G., Zhang, W., & Zha, D. (2019). Industrial production: Pursuing scale expansion or pollution reduction? Judgment based on the Copeland-Toylor model. *Journal of Cleaner Production*, 216, 14–24. https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.01.144

Zumba, M.-F., Zumba, J.-I., Toledo-Macas, R.-K., & Martinez-Fernandez, V.-A. (2017). Los medios sociales como herramienta clave en la gestión de la innovación en las organizaciones. In *CISTI (Iberian Conference on Information Systems & Technologies / Conferência Ibérica de Sistemas e Tecnologias de Informação) Proceedings* (Vol. 1, pp. 1012–1016). Retrieved from http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=aps&AN=127421241&site=eds-live



GESTIÓN DE POLÍTICAS PÚBLICAS EN DIPLOMACIA CULTURAL EN COLOMBIA: UNA MIRADA DEL CAPITAL SOCIAL DESDE EL *FUND FOR PEACE*

Siris María López Rodríguez - César Eduardo Jiménez Calderón

Siris María López Rodríguez:
Negociadora internacional con estudio de doctorado en economía, pobreza y desarrollo social. ORCID: 0000-0001-7258-6301. Investigador Junior por Colciencias. Directora del programa de negocios internacionales de la Fundación Universitaria San Mateo, Bogotá D.C, Colombia. E-mail: direccion.negocios@sanmateo.edu.co

César Eduardo Jiménez Calderón:
PhD en University Management. Segundo doctorado en Administración, último semestre. Profesor de pre y posgrado en Universidad César Vallejo, Lima, Perú. Profesor de la Escuela de Administración: encargado de Acreditación y Calidad. ORCID: 0000-0001-7894-7526. Scopus Author ID: 56353856500. Web of Science Researcher ID: F-8053-2017. E-mail: cjimenezc@ucv.edu.pe; cesarejimenez@gmail.com

Resumen

Este capítulo se demuestra cómo el capital social contribuye al fortalecimiento de la diplomacia cultural en Colombia. Para tal fin, se propone un análisis del Índice Global de Fragilidad de Estados que realiza anualmente la *Fund for Peace*, el cual se aproxima a la valoración de variables cuantitativas y cualitativas que contempla la diplomacia cultural, como son indicadores sociales, económicos y políticos. En cuanto a lo social, se calcula el riesgo de enfermedades, mortalidad, discriminación racial y desplazamiento de comunidades; en el ámbito económico, se mide el desarrollo en términos de desigualdad y en el marco de lo político, se estima la corrupción, la legitimidad de las autoridades, procesos electorales e intervención de otros Estados. El estudio se apoya en los métodos descriptivo y reflexivo de la investigación, que permiten concluir que la diplomacia cultural incorpora la confianza, las normas y la participación civil, como elementos de capital social que impactan en la sociedad.

Palabras clave: diplomacia cultural, capital social, fragilidad de estado, participación civil

INTRODUCCIÓN

El concepto de diplomacia cultural presenta dos corrientes en su base teórica. De un lado, está relacionado con la teoría acuñada por Joseph Ney en 1991; por otro lado, está referido al constructo del capital social postulado por Lyda Hanifan en 1920. Dado el alcance del estudio, no se encontró evidencia documental o empírica que haya vinculado los dos términos; sin embargo, Kliksberg (1999), expone las posibilidades del capital social y la cultura para contribuir al desarrollo económico y social, que puede ser a través de la movilización cultural y los valores.

En general, el concepto de diplomacia cultural guarda relación con política exterior -en el marco de la cooperación internacional-, pero limitadamente con capital social. Así mismo, y para mayor comprensión, se incorporan otros términos como convivialidad y cohesión social, para interpretar el resultado de fragilidad del Estado. Por ejemplo, el colombiano, calculado por *Fund for Peace*, u otros organismos internacionales, que de acuerdo con determinadas categorías y variables, miden y otorgan posición a las naciones que en suma, le apuntan a entender las sociedades modernas y a formular políticas para establecer nuevas formas de habitar el planeta.

El análisis está conformado por cuatro apartados, en primer lugar, en la fundamentación teórica se presentan los principales postulados de diplomacia cultural y capital social; en segundo lugar, presenta la metodología; en la tercera sección, los resultados que relacionan gráficamente el panorama de fragilidad a nivel mundial y la representación del Índice de Fragilidad de Estados para Colombia entre 2005 y 2018, que incluye el puntaje obtenido para cada año y la posición que ocupa el país. En la última sección y con la intención de apreciar cómo el capital social contribuye con la gestión en diplomacia cultural, se presenta la discusión analítica de los puntos de vista de autores sobre el tema y las conclusiones.

Fundamentación teórica.

Existen diversos puntos de vista con el propósito de abordar teóricamente la diplomacia cultural. En primera instancia y en su definición general, la diplomacia se refiere a las relaciones formales entre agentes políticamente independientes. Ahora bien, señalando a Snow (2008), lo

que concierne a diplomacia tradicional, se ciñe a la relación estricta entre gobiernos. No obstante, se ha dejado atrás esa estrechez, y progresando en la idea de dejar al Estado como monopolio en la administración de las relaciones internacionales, se da lugar a la participación de otros agentes, como los Organismos No Gubernamentales ONG, y a la participación civil. Es decir, evolucionó hacia la diplomacia pública; concepto desarrollado por Nye (1990), como la capacidad del Estado para usar el poder blando o *softpower* como medio de persuasión, coacción y recompensa;, basado en influencias intangibles como la cultura, los valores e ideologías.

El contexto de la diplomacia cultural tiene un horizonte amplio. En su sentido social, se centra en la interacción entre individuos de diferentes nacionalidades, a partir de modelos axiológicos y culturales propios, hecho que se considera como uno de los determinantes del concepto de imagen de una nación. Así, de una parte, las estrategias de capitalizar la imagen y reputación del país en el exterior para lograr reconocimiento con un elemento diferenciador son validadas. Por otra parte, en su sentido comercial, una práctica común en la conquista de mercados internacionales, es identificar en aquellas particularidades cualitativas, la posibilidad de caracterizar potenciales consumidores; más allá de lo corporativo, las personas se sienten atraídas hacia un país por el carisma de sus líderes, capaces de transmitir lo distintivo y atractivo de su cultura, con buena infraestructura en un ambiente agradable y confiable. (Kang & Yang, 2010).

Por ello, la interacción con ciudadanos de otro país exige tener en cuenta la influencia de la cultura, condicionada por las normas y los valores sociales. En el caso de América Latina, la heterogeneidad de sus países ofrece una diversidad cultural, en el ideal de relaciones de convivialidad caracterizada por Wise & Noble (2016), como el resultado de las relaciones interculturales en un inminente proceso de globalización, que se soportan en la capacidad de vivir juntos para generar complejas redes de relaciones personales y de rol, en sociedades con alta propensión al conflicto, y sirve como base para la reflexión que modifica, elimina o crea paradigmas que favorezcan a la armonía y la prosperidad.

Con relación al capital social, la primera aproximación teórica que asocia los dos términos, fue desarrollada por Hanifan (1920), refiriéndose a la cotidianidad de un pueblo, la buena voluntad y el intercambio social como base para lograr los bienes tangibles reflejando una acumulación de capital.

Bajo un enfoque de economía social Loury (1976), cuestionó enérgicamente la premisa individualista del modelo económico predominante en la década de los 70, debido a la desigualdad racial en los ingresos. Bajo este escenario, se refirió al ideal del capital social como la consecuencia de la igualdad absoluta de oportunidades, sobre un argumento anti individualista y libre de prejuicios raciales.

Otro aporte teórico lo realizó Bourdieu (1986), en el campo de la sociología de la educación, definiendo el capital social como el potencial para generar beneficios. De hecho, la estructura y funcionamiento del mundo lo explica a partir del valor no monetario de capital, pero de base económica. La acumulación de recursos reales y viables movilizan las redes formales o no formales de conocimiento y aceptación en lo económico, cultural o simbólico.

Por consiguiente, al incorporar el término redes, el análisis se profundiza en cuanto a la necesidad del ser humano de ser reconocido a través del desarrollo de estrategias individuales;, pero solidarias, dirigidas a lograr bien colectivo. La versión moderna de capital social fue planteada por Coleman (1986), en su esfuerzo por argumentar que las expectativas y reciprocidad reflejadas en el comportamiento de las personas estaba dado no solo por las normas, sino por la mediación individual y estructuras micro y macrosociales, nutridas por recursos intangibles basados en la confianza gracias a normas efectivas.

De acuerdo con Portes (1995), el concepto de capital social es reconocido por su pluralidad y sentido heurístico;, no obstante, está sobredimensionado por la aplicabilidad a diversas problemáticas de índole social. Sin embargo, el autor afirma que no es la panacea a asuntos que han sido planteados en el pasado con diferentes nombres, por lo que es necesario considerar sus fuentes y sus efectos, para confirmar su lugar en la teoría y en la investigación.

El planteamiento de Bourdieu con respecto de las redes (Rose, 1999) es que existen en términos netamente económicos; explicando que las redes soportan la transición de una situación de estancamiento a una de progreso económico, sin embargo, coartan los cambios institucionales. Es posible que esta ambigüedad se sustente en el hecho de la coexistencia de redes positivas y negativas que reposan en lo formal y en lo informal, creando conflictos por intereses individuales.

A partir de la evolución de estas redes, vale la pena discutir la conveniencia de incluir en la reflexión la cohesión social, expresada por Godínez (2013), como

un proceso de puesta de valor y de relaciones entre individuos que responde a la dinámica de una sociedad en busca de la igualdad, la inclusión, la legitimidad, la participación, el reconocimiento y la pertenencia.

También, Ostrom & Ahn (2003), afirman que el capital social integra la confianza, las normas de reciprocidad, las redes, la participación civil y las reglas e instituciones; como factores que contribuyen con la diplomacia cultural en el contexto de las relaciones internacionales. Estas últimas buscan la acción colectiva para jalonar el desarrollo económico y la gobernabilidad democrática; por ello, la acción pública en una visión expansionista amplía la perspectiva de crecimiento y desarrollo.

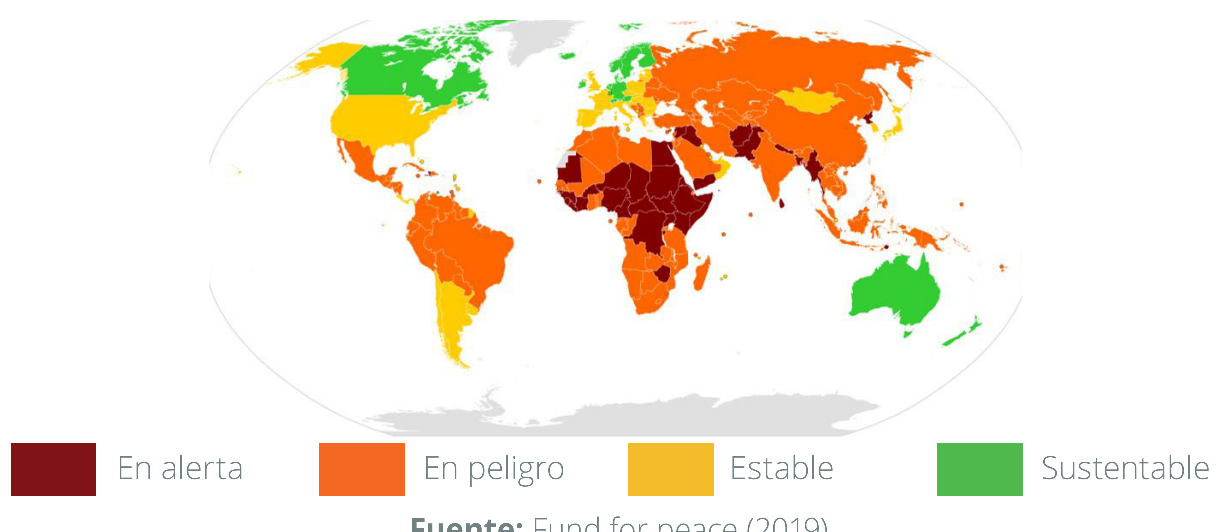
METODOLOGÍA

Por medio de un análisis de contenido en la revisión la documental de la bibliografía existente, se construyó una retórica descriptiva con énfasis en el modelo cualitativo. Las principales fuentes fueron obtenidas de páginas oficiales de organismos multilaterales como Naciones Unidas, el Banco Mundial, el Foro Económico Mundial; así como de la consulta de libros y revistas científicas especializadas. Los datos del Índice Global de Fragilidad de los Estados fueron obtenidos del *Fund for Peace*.

RESULTADOS

A partir de 2005, el *Fund for Peace*, ha estimado el Índice Global de Fragilidad, en su intención de analizar los factores que ponen en peligro la estabilidad de los Estados;, acudiendo al paradigma de un Estado frágil, cuya condición de riesgo de legitimidad política, lo ubica en una situación inconsistente con el principio de Estado Social de Derecho, percibido en un entorno de vulnerabilidad y pobreza con efectos adversos para la sociedad.

Figura 1. Representación gráfica del índice global de fragilidad a 2017

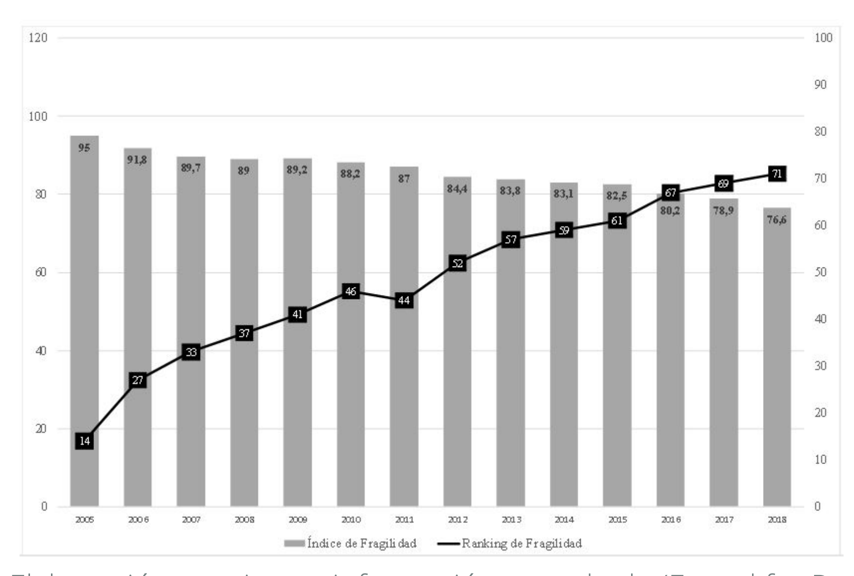




Fuente: Fund for peace (2019)

Como consecuencia del desplazamiento forzado y la violencia causados por la no resolución de conflictos, se estima que aproximadamente 2000 millones de personas se encuentran en una situación de fragilidad. En efecto, los atributos de un Estado frágil muestran perdida de la autoridad y privilegios políticos.

Figura 2. Score y ranking del Índice Global de Fragilidad de los Estados para Colombia 2005 – 2018



Fuente: Elaboración propia con información tomada de (Found for Peace, 2019)

Se evidencia la evolución del Índice Global de Fragilidad de Estados en términos de posición o ranking y de puntuación o score, considerando que el mayor nivel de estabilidad de los Estados se refleja en el puntaje más bajo. Colombia se encuentra entre los países en estado de peligro; aunque se observa una leve mejoría, al pasar de 95 en 2005 a 76.6 en una escala de 0 a 120 en 2018 en su puntuación. De un total de 178 países, ocupó el puesto 71.

Este indicador aborda el análisis de 12 variables: tasa de natalidad, población interna de desplazados, huida crónica de la población, malestar colectivo, desigualdad, crisis económica, criminalización, perdida de la legitimidad del Estado, incapacidad en la oferta de servicios públicos, vulnerabilidad de los derechos humanos, ascenso de élites fraccionadas e intervención de otros estados; los cuales se enmarcan es aspectos sociales, económicos y políticos.

Con relación a la dimensión social, el mayor problema que presenta Colombia, es un tema del Derecho Internacional Humanitario (DIH), relacionado con el desplazamiento forzado de víctimas, refugiados y desapariciones, como consecuencia del conflicto armado que terminó con la dejación de armas en 2017.

En términos económicos, el ingreso per cápita concebido como factor de bienestar y desarrollo asociado a las condiciones geográficas, económicas y sociales, Colombia presenta una elevada desigualdad. Los factores más relevantes que establecen el grado de desigualdad se observan a partir de la propiedad de la tierra y el capital, la capacidad institucional, las condiciones del mercado laboral, el nivel de educación, la composición del aparato productivo y el impacto de una política fiscal progresiva. Según datos del Banco Mundial, (2018), de los 25 países que presentaron información del coeficiente de Gini en 2017, el resultado del 0.497 para Colombia fue superado por Honduras con 0.505 y por Brasil con 0.533 (Sánchez, 2017).

En el marco político, la gobernanza es inferida como mecanismo de construcción y consolidación democrática basada en la eficiencia económica y, bajo ese panorama, se evalúa el desempeño de las instituciones públicas como base de seguridad y equidad en un Estado Social de Derecho. Los resultados del entorno político a partir de sus instituciones que reflejan la confianza pública sobre políticos, el desperdicio del gasto público y transparencia en la formulación de políticas públicas entre otras, ha mostrado un

importante deterioro al pasar del puesto 100 en 2012 al puesto 112 en 2017 y obtener una calificación de 3.3/7.0 según el Foro Económico Mundial (FEM, 2018).

Al englobar los resultados de las dimensiones social, económica y política se sustenta el resultado del índice global de fragilidad que ubica al país en un contexto de conflicto.

DISCUSIÓN

Para empezar, se contrasta el supuesto de Ocampo (2003), que busca identificar propósitos colectivos basados en la solidaridad para disminuir la pobreza en un proceso de redistribución del ingreso, resaltando las características culturales acordes a la lógica de una idiosincrasia marcada por la ideología de la dependencia. Se vincula entonces el concepto de capital social que en términos de desigualdad exige integrar el sistema sociocultural particular de cada comunidad y escalar a las agencias de desarrollo.

Otro supuesto alineado con la intención de mitigar la pobreza, es formular políticas regionales que tiendan a disminuir la brecha económica entre regiones, con énfasis en educación y salud como potenciadores del capital social, y eliminar la polarización de la injerencia de la acción pública. Esto último, resultaría conveniente para disminuir los altos niveles de desigualdad que presentan los departamentos de la periferia en Colombia, identificados como regiones rezagadas que coartan el desarrollo económico (Meisel, 2007).

El efecto positivo de políticas públicas en cultura fluye en correspondencia con los beneficios de la acumulación de capital social, que contribuyen a mejorar la imagen del país al reflejarse como una sociedad inclusiva, segura, resiliente y sostenible en el escenario globalizado;, así lo manifiestan López, Álvarez, & Padilla (2018), al resaltar la cohesión social a propósito de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible ODS de la Organización Mundial de Naciones Unidas ONU (2015), de erradicar la pobreza y las políticas de bienestar económico y social que promueve la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos OCDE (2018), organismo enfático en afirmar que la fragilidad es de carácter multidimensional, pero sus desafíos son universales, en consecuencia, todos los países, de diferentes maneras, son frágiles.

Una forma de articular el capital social con diplomacia cultural, es acudir a la

analogía con las diásporas, que consiste en crear redes formales a través de las relaciones internacionales, que en concierto con lo expuesto por Varadarajan (2012), explica que, por medio de la movilización de viajeros a los que se les puede denominar embajadores, considerados como agentes activos de desarrollo, proyectan una imagen positiva de sus países de origen a través de la transmisión de identidades y mensajes. Otra afirmación que sustenta esta articulación se basa en lo planteado por Tiguau (2014), quien resalta que el actual fenómeno de capitalismo global y revolución tecnológica debe buscar la institucionalización de las diásporas a través de la intervención de los Estados como entes normativos con el propósito de visibilizar su presencia en todo el planeta.

En coincidencia con lo planteado por Ballesteros, Mora, & Simanca (2018), al referirse a la esfera del Derecho Humanitario Internacional, las víctimas del posconflicto, es imprescindible comprender las causas del conflicto armado en Colombia para entender sus consecuencias y desde la academia, generar espacios de participación democrática con estrategias de construcción de paz, cimentando una cultura positiva, analítica y transformadora de enfoque antropocéntrico.

CONCLUSIONES

Al categorizar a Colombia como un país en riesgo, su imagen, en cuanto a política y relaciones internacionales, se ve perjudicada. Por lo tanto, recurrir a la diplomacia cultural para favorecer la difusión de valores democráticos y disminuir la percepción del conflicto continuo y debilidad de sus instituciones, es una estrategia alineada con el principio de Estado Social de Derecho, al incrementar la participación ciudadana en la construcción de redes capaces de enfrentar choques y resistir a la vulnerabilidad.

La actual crisis de gobernanza se manifiesta por la incapacidad de resolver conflictos y especialmente por la incertidumbre jurídica. La democracia se fragmenta por el factor social de pobreza y desigualdad; de allí, la urgencia de fortalecer las instituciones en coherencia con lo político institucional y lo organizativo, por lo que las políticas públicas que le apunten a la menor polarización y mayor cohesión social, bajo la comprensión de la diferencia en la calidad de vida por la disparidad regional.

Acorde con Valencia (2007), un Estado Social de Derecho se soporta en la ideología de usar los instrumentos de diplomacia que contribuyen a mejorar las esferas sociales y económicas en sintonía con los factores del capital social. El capital social contribuye al desarrollo sostenible en términos de más y mejores oportunidades a las generaciones futuras, es por esto, que diplomacia cultural y capital social están inmersas en los 17 objetivos de desarrollo sostenible.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Ballesteros, I., Mora, C., & Simanca, F. (2018). Construcción de cultura de paz en la escuela a partir de una estrategia de sensibilización. *Avenir*, 2(1), 1-16.

Banco Mundial. (2018). Base de datos. *Informe del Índice de Gini.*

Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. En J. Richardson, *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education* (págs. 241-258). New York: Greenwood.

Coleman, J. (1986). Social Theory, Social Reserach, and a Theory of Action . *American JOunal* of Sociology, 1299 -1335.

Foro Económico Mundial FEM. (2018). *Informe del Indice global de competitividad. Pilar 1 Instituciones.*

Found for Peace. (2019). *Informe del Índice Global de Fragiliad de los Estados*. Paris, Francia: Anual del IGFE.

Godínez, V. (2013). Reflexiones en torno a la cohesión social. Las políticas locales de cohersion social y terrotorial en América Latina en un entorno de crisis internacional. *Colección de Estudios sobre Políticas Públicas Locales y Regionales de Cohesión Social*(08), 1-72.

Hanifan, L. J. (1920). *The community center.* (W. Charter, Ed.) Boston: Silver, Burderr & Company.

Kang, M., & Yang, S. (2010). Comparing Effects of Country Reputation and the Overall Corporate Reputations of a Country on International Consumers' Product Attitudes and Purchase Intentions. *Corporate Reputation Review*, 13(1), 52-62.

Kliksberg, B. (1999). Capital social y cultura, claves esenciales del desarrollo. *Revista de la CEPAL*(69), 85 - 102.

López, S., Álvarez, I., & Padilla, C. (2018). Diplomacia cultural en Colombia y su inclusión en gestión pública. *Revista Metanoia*, 4(6), 89-98.

Loury, G. (1976). A dinamyc theory of racial income differences. En P. Wallace, & A. La Mond, *Women, minorities, and Employment Discrimination* (págs. 153-186). Lexington: Mass Heath.

Meisel, A. (2007). ¿Por qué se necesita una política regional en Colombia? *Documentos de trabajo sobre economía regional*(100), 1-30.

Nye, J. (1990). *Bound to lead: The chaning nature of american power*. New York: Basic Books.

Ocampo, J. A. (2003). *Capital social y agenda del desarrollo. En C. N. Unidas, Capital social y reducción de la pobreza en América Latina y el Caribe: en busca de un nuevo paradigma* (págs. Pp 25 -32). Santiago de Chile, Chile: Michigan State University.

OCDE. (2018). *Países de la OCDE acuerdan invitar a Colombia como miembro No. 37*. Organización para la cooperación y el desarrollo económicos.

ONU. (2015). *17 Objetivos de Desarrollo Sostenible*. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo PNUD.

Ostrom, E., & Ahn, T. K. (2003). Una perspectiva del capital social de las ciencias sociales: capital social y acción colectiva. *Revista mexicana de sociología*, 65(1), 155 - 233.

Portes, A. (1995). Capital social: sus origenes y aplicaciones en la sociología moderna. En J. Carpio, & I. Novacovsky, *De Igual a igual. El desafío del Estado ante los nuevos problemas sociales* (págs. 243 - 266). Sistema de Información, Monitoreo y Evaluación de Programas Sociales. Secretaria de Desarrollo Social - Banco Mundial. Facultad Lationamerica de Ciencias Sociales FLACSO.

Rose, R. (october de 1999). ¿Wtah does social capital add to individual welfare? An empirical analysis of Russia. *Social capital Initiative working paper*. The World Bank. Social Development Familiy. Environmentally ando Socially. Sustainable Network.

Sánchez, R. M. (2017). Desigualdad del ingreso en Colombia: un estudio por departamentos. (M. Rossi, Ed.) *Cuadernos de Economía*, 36(72), 139 -178.

Snow, N. (2008). *Routledge Handbook of Public Diplomacy* (1a. ed.). (P. Taylor, Ed.) New York: Routledge.

Tiguau, C. (2014). Las élites en la diáspora como embajadoras culturales. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, LIX(222), 363-368.

Valencia, J. G. (2007). Los principios y valores del estado social de derecho como marco jurídico-político para la resolución de los conflictos. *Revista Gestión y Ambiente*, 10(4), 105 - 117.

Varadarajan, L. (2012). *The domestic abroad. Disaporas in international relations*. Oxford: Oxford University Press.

Wise, A., & Noble, G. (2016). Convivialities: An Orientation. *Journal of intercultural studies,* 37(5), 423 - 431.



UNA PROPUESTA DE SOLUCIÓN PARA EL ABASTO Y PRODUCCIÓN SUSTENTABLE

Emmanuel Juárez García, Engels Revuelta Licea

Resumen

En este estudio, se presenta, una nueva metodología de abastecimiento estratégico en las organizaciones basada en la misión, valores y enfoque en el cuidado al medio ambiente; logrando con ello, ahorros económicos y creando un impacto positivo al medio ambiente. La cadena hibrida de valor será el modelo de éxito de co creación para implementar la metodología en algún sector de la industria. Los ahorros económicos, alineación del proceso, estandarización, mejores prácticas, lograr un abasto sólido y cumplir con las regulaciones de impacto ambiental serán los ejes centrales de esta metodología propuesta. La metodología propuesta fue una complicación de estrategias que se han implementado en la industria logrando así consolidar un proceso sistémico de nueve pasos que nos ayudaron a realizar un análisis de la industria y de proveeduría por categoría estudiada. Los resultados principales se plasmaron en este estudio una serie de pasos que nos ayudan a garantizar el abasto de materiales con un proceso ordenado y con enfoque en las regulaciones del impacto al medio ambiente. La propuesta de consultoría para la implementación de la metodología de abastecimiento estratégico de materiales reciclables manejada como una cadena hibrida de valor busca proponer su uso en la indus-

Emmanuel Juárez García: Doctor en logística y dirección de la cadena de suministro, magister en comercio internacional y docente de posgrado en la Universidad Madero, México. E-mail: juareem@yahoo.com.mx

Engels Revuelta Licea: Ingeniero industrial, Máster en Dirección y administración de Empresas Gestor de Sistemas Integrados de Gestión. ORCID: 0000-0002-0655-9687. Docente Investigador Junior por Colciencias. Consultor de sistemas integrados de gestión en la Fundación Universitaria San Mateo, Bogotá D.C, Colombia. E-mail: elicea@sanmateo.edu.co

tria y con ello co- crear valor para el sector donde sea aplicada. Las compras consolidadas de un grupo de empresas del mismo giro o que estén en la misma región será sin duda la plataforma ideal de aplicación y fuente indudable de resultados económicos y de impacto favorable al medio ambiente.

Palabras clave: abastecimiento, estrategia, producción, consumo, responsabilidad, medio ambiente.

INTRODUCCIÓN

Mundialmente, mientras que los economistas consideran que el progreso económico en los últimos cien años ha sido extraordinario porque ha permitido la generación de riqueza y mejora en las condiciones de vida de gran parte de la población mundial, a pesar de que han crecido notoriamente las desigualdades, desde la perspectiva de las ciencias naturales, el último siglo da cuenta de un alarmante proceso de explotación de los recursos naturales y degradación ambiental a una escala sin precedentes (Mi Ambiente, 2014).

Prueba de ello, es que desde 1990 ha habido pocas mejoras en la eficiencia de los materiales a escala global. De hecho, la eficiencia comenzó a caer alrededor del año 2000.

Actualmente, la economía global requiere más materiales por unidad del PIB. Esto ha llevado a un aumento de la presión ejercida sobre el medio ambiente por cada unidad de actividad económica (International Resource Panel, 2016).

Por su naturaleza y los potenciales beneficios que arrojan su implementación los programas de abastecimiento son sujetos a y adoptados en cualquier tipo de industria, tomando relevancia en aquellas que fundamentalmente su éxito en el poder y efectividad de la compra como en el caso del menudeo y consumo. Este dato no excluye a otro tipo de industrias donde incluso aún no se produzca o comercialice algún bien, se puede adoptar el abastecimiento estratégico enfocado a la prestación de un servicio.

En la actualidad el proceso de abastecimiento de una empresa puede afectar sus operaciones y resultados.

Por lo tanto, el estudio y propuesta de un modelo de abastecimiento estratégico basado en el análisis de la industria y su relación con el mercado puede determinar el éxito de las operaciones de

una cadena de suministro de cualquier empresa.

Un plan de abastecimiento estratégico dentro de la industria de papel y cartón en México es sin duda una herramienta que ayudará a las empresas con productos de consumo masivo a evaluar el mercado, así como evaluar sus procesos de abasto y mejorarlos garantizando siempre un suministro optimo –en tiempo, precio, calidad, servicio, innovación, etc.- y con ello lograr la satisfacción del consumidor final considerado como eje central de las empresas hoy en día.

La metodología propuesta es el resultado de una complicación de diversas metodologías y que, probadas en la industria, nos llevaron a crear una metodología aplicable, práctica y sistemática.

¿Cómo poder garantizar un suministro óptimo de los materiales que una compañía requiere cumpliendo con los objetivos de abastecimiento - mejor producto, en el tiempo acordado, con el costo adecuado, calidad requerida y reduciendo el impacto al medio ambiente- basándose en una evaluación integral de industria?

GLOBALIZACIÓN

El mundo de hoy está marcado por lo que se conoce como el proceso de globalización, es decir, la creciente gravitación de los procesos económicos, sociales y culturales de carácter mundial sobre aquellos de carácter nacional o regional. Aunque no se trata de un proceso nuevo sus raíces históricas son profundas—, los drásticos cambios en los espacios y tiempos generados por la revolución de las comunicaciones y la información le han dado nuevas dimensiones, que representan transformaciones cualitativas con respecto al pasado. Por este motivo, los países de la región encomendaron a la Secretaría centrar la discusión de este vigesimonoveno período de sesiones de la CEPAL en el tema de la globalización y el desarrollo. La globalización brinda, sin duda, oportunidades para el desarrollo. Todos hemos entendido, con razón, que las estrategias nacionales deben diseñarse hoy en función de las posibilidades que ofrece y los requisitos que exige una mayor incorporación a la economía mundial. Pero, al mismo tiempo, este proceso plantea riesgos originados en nuevas fuentes de inestabilidad (tanto comercial como, especialmente, financiera), riesgos de exclusión para aquellos países que no

están adecuadamente preparados para las fuertes demandas de competitividad propias del mundo contemporáneo, y riesgos de acentuación de la heterogeneidad estructural entre sectores sociales y regiones dentro de los países que se integran, de manera segmentada y marginal, a la economía mundial. Muchos de estos riesgos obedecen a dos características preocupantes del actual proceso de globalización. La primera es el sesgo que se aprecia en la globalización de los mercados: junto a la movilidad de los capitales, los bienes y los servicios, existen fuertes restricciones a la libre movilidad de la mano de obra. Esto se refleja en el carácter asimétrico e incompleto de la agenda internacional que acompaña a la globalización, la cual no incluye, por ejemplo, temas como la mencionada movilidad de mano de obra ni mecanismos que garanticen la coherencia global de las políticas macroeconómicas de las economías centrales, pautas internacionales para lograr una adecuada tributación del capital, y acuerdos de movilización de recursos para compensar las tensiones distributivas que genera la globalización, tanto entre países como al interior de ellos. Estas carencias, a su vez, reflejan un problema aún más inquietante: la ausencia de una gobernabilidad adecuada para el mundo de hoy, no sólo económica -como se ha hecho particularmente evidente en el campo financiero- sino también en muchos otros terrenos, debido al enorme contraste entre los problemas de alcance mundial y los procesos políticos, que siguen teniendo como marco las naciones e incluso, crecientemente, los espacios locales. Una importante dimensión del proceso de globalización -y, por cierto, no la más destacada cuando se habla del tema- es la gradual generalización de ideas y valores en torno a los derechos civiles y políticos, por un lado, y a los económicos, sociales y culturales, por el otro, que van dando sustento al concepto de ciudadanía global. Nadie encarna mejor este aspecto del proceso de globalización que las Naciones Unidas. Desde su carta constitutiva se han consagrado ideas y valores globales en torno a esos derechos, que fueron progresivamente ratificados por los gobiernos en las sucesivas cumbres mundiales (Cepal, 2019).

El mercado internacional de productos básicos, mercados laborales y mercados de capitales constituyen la economía y definen la globalización económica. Comenzando desde el año 4000 AC, las personas intercambiaban ganado, herramientas y otros artículos. En Sumeria, una temprana civilización en Mesopotamia, un sistema de fichas fue una de las primeras formas de dinero en materia prima. Los

mercados laborales consisten en trabajadores, empleadores, salarios, ingresos, oferta y demanda. Dichos mercados han existido al mismo tiempo que los mercados de materias primas. El primer mercado laboral permitió a los trabajadores hacer crecer sus cultivos y cuidar su ganado para su futura venta en los mercados locales. Por otro lado, el mercado de capitales surgió en industrias que requieren recursos más allá de los que necesita un agricultor (Natter, 2019).

Estos avances en la globalización económica se interrumpieron por la Segunda Guerra Mundial. Muchos de los poderes económicos globales construyeron políticas económicas proteccionistas e introdujeron barreras comerciales que detuvieron el crecimiento del comercio hasta llegar a un punto de estancamiento (CEPAL, 2019).

Las corporaciones multinacionales reorganizaron su producción para obtener una ventaja de estas oportunidades. El uso intensivo de mano de obra emigró a áreas con menores costos laborales, agregando posteriormente otras funciones, debido al incremento en las habilidades.

Una Organización Internacional Gubernamental (OIG) hace referencia a una entidad creada por tratado, involucrando dos o más naciones, para trabajar en buena fe, sobre cuestiones de interés común. Las OIG han luchado por la paz, seguridad y lidian con cuestiones económicas y sociales. Ejemplos como: La Organización Mundial de las Naciones Unidas, el Banco Mundial y, en un nivel regional, la Organización del Tratado del Atlántico Norte entre otros.

La Organización de las Naciones Unidas (ONU), o simplemente las Naciones Unidas (NN. UU.), es la mayor organización internacional existente. Se creó para mantener la paz y seguridad internacionales, fomentar relaciones de amistad entre las naciones, lograr la cooperación internacional para solucionar problemas globales y servir de centro que armonice las acciones de las naciones. Su sede está en Nueva York (Estados Unidos) y está sujeta a un régimen de extraterritorialidad. También tiene oficinas en Ginebra (Suiza), Nairobi (Kenia) y Viena (Austria).

La ONU se rige por la Carta de las Naciones Unidas, que entró en vigor el 24 de octubre de 1945 y se firmó el 25 de junio del mismo año en la ciudad estadounidense de San Francisco, por 51 países, pocos meses antes del final de la Segunda Guerra Mundial. En el preámbulo de la Carta se mencionan explícitamente las dos guerras mundiales.

La ONU se financia por las contribuciones voluntarias de los Estados

miembros. Sus principales objetivos son garantizar el cumplimiento del derecho internacional, el mantenimiento de la paz internacional, la promoción y protección de los derechos humanos, lograr el desarrollo sostenible de las naciones y la cooperación internacional en asuntos económicos, sociales, culturales y humanitarios.

Los 193 Estados miembros de las Naciones Unidas y otros organismos vinculados deliberan y deciden acerca de temas significativos y administrativos en reuniones periódicas celebradas durante el año. Los principales órganos de la ONU son la Asamblea General, el Consejo de Seguridad, el Consejo Económico y Social, la Secretaría General, el Consejo de Administración Fiduciaria y la Corte Internacional de Justicia.

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (2015-2030) también conocidos por sus siglas ODS son una iniciativa impulsada por Naciones Unidas para dar continuidad a la agenda de desarrollo tras los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM). Son 17 objetivos y 169 metas propuestos como continuación de los ODM incluyendo nuevas esferas como el cambio climático, la desigualdad económica, la innovación, el consumo sostenible y la paz y la justicia, entre otras prioridades. Tras un proceso de negociación sobre los ODS que involucró a 193 estados miembros de la ONU, el 25 de septiembre de 2015, los 193 líderes mundiales aprobaron en una cumbre celebrada en Nueva York en reunión plenaria de alto nivel de la Asamblea General una Agenda que lleva por título "Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible" y que entró en vigor el 1 de enero de 2016.

Los Objetivos de Desarrollo del Milenio se lanzaron en el 2000 y fijaron el 2035 como meta para lograr los 8 objetivos y 21 metas planteadas.

En 2012 en la Conferencia sobre Desarrollo Sostenible Río+20 se creó un grupo de trabajo para desarrollar un conjunto de objetivos de desarrollo sostenible. Tras un año de negociaciones este grupo presentó la recomendación de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible con 169 metas planteando el horizonte 2015-2030.

Mientras que los Objetivos del Milenio se centraron principalmente en la agenda social, los nuevos objetivos abordan temas interconectados del desarrollo sostenible cómo el crecimiento económico, la inclusión social y la protección del medio ambiente.

Por otro lado, mientras que los Objetivos del Milenio estaban dirigidos a los países en desarrollo, en particular los más pobres, los objetivos de desarrollo

sostenible se aplicarán a todo el mundo, los ricos y los pobres.

A diferencia de los ODM, que fueron elaborados por un grupo de expertos a puerta cerrada, los objetivos de desarrollo sostenible son el resultado de un proceso de negociación que involucró a los 193 Estados Miembros de la ONU y también la participación de la sociedad civil y otras partes interesadas. Esto llevó a la representación de una amplia gama de intereses y perspectivas.

Objetivos de desarrollo sostenible.

Objetivo 1: Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo.
Objetivo 2: Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición.
Objetivo 3: Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades.
Objetivo 4: Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos.
Objetivo 5: Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas.
Objetivo 6: Garantizar la disponibilidad de agua y su gestión sostenible y el saneamiento para todos.
Objetivo 7: Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna para todos.
Objetivo 8: Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos.
Objetivo 9: Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación.
Objetivo 10: Reducir la desigualdad en y entre los países.
Objetivo 11: Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles.
Objetivo 12: Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.
Objetivo 13: Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos.
Objetivo 14: Conservar y utilizar en forma sostenible los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible.
Objetivo 15: Proteger, restablecer y promover el uso sostenible de los ecosistemas terrestres, gestionar los bosques de forma sostenible, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y poner freno a la pérdida de la diversidad biológica.
Objetivo 16: Promover sociedades pacífi-

cas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y crear instituciones eficaces, responsables e inclusivas a todos los niveles Objetivo 17: Fortalecer los medios de ejecución y revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible.

Hablando del objetivo doceavo, las modalidades de consumo y producción sostenible, estos consisten en fomentar el uso eficiente de los recursos y la energía, la construcción de infraestructuras que no dañen el medio ambiente, la mejora del acceso a los servicios básicos y la creación de empleos ecológicos, justamente remunerados y con buenas condiciones laborales. Todo ello se traduce en una mejor calidad de vida para todos y, además, ayuda a lograr planes generales de desarrollo, que rebajen costos económicos, ambientales y sociales, que aumenten la competitividad y que reduzcan la pobreza.

En la actualidad, el consumo de materiales de los recursos naturales está aumentando, particularmente en Asia oriental. Asimismo, los países continúan abordando los desafíos relacionados con la contaminación del aire, el agua y el suelo. El objetivo del consumo y la producción sostenibles es hacer más y mejores cosas con menos recursos. Se trata de crear ganancias netas de las actividades económicas mediante la reducción de la utilización de los recursos, la degradación y la contaminación, logrando al mismo tiempo una mejor calidad de vida. Se necesita, además, adoptar un enfoque sistémico y lograr la cooperación entre los participantes de la cadena de suministro, desde el productor hasta el consumidor final. Consiste en sensibilizar a los consumidores mediante la educación sobre los modos de vida sostenibles, facilitándoles información adecuada a través del etiquetaje y las normas de uso, entre otros (Organización de la Naciones Unidas 2019).

• Si la población mundial llegase a alcanzar los 9600 millones en 2050, se necesitaría el equivalente de casi tres planetas para proporcionar los recursos naturales precisos para mantener el estilo de vida actual.

• Con el aumento del uso de minerales no metálicos en de la infraestructura y la construcción, ha habido una mejora significativa en el nivel de vida material. La “huella de material” per cápita de los países en desarrollo aumentó de 5 toneladas métricas en 2000 a 9, en 2017.

• El 93% de las 250 empresas más grandes del mundo presentan informes en materia de sostenibilidad.

Agua.

- Menos del 3% del agua del mundo es fresca (potable), de la cual el 2,5% está congelada en la Antártida, el Ártico y los glaciares. Por tanto, la humanidad debe contar con tan solo el 0,5% para todas las necesidades del ecosistema, del ser humano y de agua dulce.
- El ser humano está contaminando el agua más rápido de lo que la naturaleza puede reciclar y purificar el agua en los ríos y lagos.
- Más de 1000 millones de personas aún no tienen acceso a agua potable.
- El uso excesivo de agua contribuye a la escasez de agua mundial.
- El agua nos la regala la naturaleza, pero la infraestructura necesaria para gestionarla es costosa.

Energía.

- Si todas las personas del mundo utilizarán bombillas de bajo consumo, el mundo se ahorraría 120.000 millones de dólares al año.
- A pesar de los avances tecnológicos que han promovido el aumento de la eficiencia energética, el uso de energía en los países de la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE) seguirá creciendo otro 35% para 2020. El consumo doméstico y comercial de energía es la segunda área de uso de energía que más rápidamente ha crecido, después del transporte.
- En 2002, el stock de vehículos de motor en los países de la OCDE era de 550 millones (el 75% de los cuales eran automóviles particulares). Se prevé un aumento del 32% en la propiedad de vehículos para 2020. Al mismo tiempo, se prevé que los kilómetros de vehículos aumentarán en un 40% y que el transporte aéreo mundial se triplicará en el mismo período.
- Los hogares consumen el 29% de la energía mundial y, en consecuencia, contribuyen al 21% de las emisiones de CO2 resultantes.
- La participación de las energías renovables en el consumo final de energía alcanzó el 17,5% en 2015.

Comida.

- Si bien los impactos ambientales más graves en los alimentos se producen en la fase de producción (agricultura y procesamiento de alimentos), los hogares influyen en estos impactos a través de sus hábitos y elecciones dietéticas. Esto, en consecuencia, afecta el medio ambiente a través del consumo de energía relacionada con los alimentos y la generación de residuos.

• Cada año, se calcula que un tercio de todos los alimentos producidos, equivalentes a 1300 millones de toneladas por valor de alrededor de 1000 millones de dólares, termina pudriéndose en los contenedores de los consumidores y minoristas, o se estropea debido a las malas prácticas del transporte y la cosecha.

• 2000 millones de personas en todo el mundo tienen sobrepeso o son obesas.

• La degradación de la tierra, la disminución de la fertilidad del suelo, el uso insostenible del agua, la sobrepesca y la degradación del medio marino están disminuyendo la capacidad de la base de recursos naturales para suministrar alimentos.

• El sector de la alimentación representa alrededor del 30% del consumo total de energía en el mundo y un 22% del total de las emisiones de gases de efecto invernadero.

• Aplicar el Marco Decenal de Programas sobre Modalidades de Consumo y Producción Sostenibles, con la participación de todos los países y bajo el liderazgo de los países desarrollados, teniendo en cuenta el grado de desarrollo y las capacidades de los países en desarrollo.

• Para 2030, lograr la gestión sostenible y el uso eficiente de los recursos naturales.

• Para 2030, reducir a la mitad el desperdicio mundial de alimentos per cápita en la venta al por menor y a nivel de los consumidores y reducir las pérdidas de alimentos en las cadenas de producción y distribución, incluidas las pérdidas posteriores a las cosechas.

• Para 2020, lograr la gestión ecológicamente racional de los productos químicos y de todos los desechos a lo largo de su ciclo de vida, de conformidad con los marcos internacionales convenidos, y reducir de manera significativa su liberación a la atmósfera, el agua y el suelo a fin de reducir al mínimo sus efectos adversos en la salud humana y el medio ambiente

• Para 2030, disminuir de manera sustancial la generación de desechos mediante políticas de prevención, reducción, reciclaje y reutilización.

• Alentar a las empresas, en especial las grandes empresas y las empresas transnacionales, a que adopten prácticas sostenibles e incorporen información sobre la sostenibilidad en su ciclo de presentación de informes.

• Promover prácticas de contratación pública que sean sostenibles, de conformidad con las políticas y prioridades nacionales.

• Para 2030, velar por que las personas de todo el mundo tengan información y conocimientos pertinentes para el desarrollo sostenible y los estilos de vida en armonía con la naturaleza.

• Apoyar a los países en desarrollo en el fortalecimiento de su capacidad científica y tecnológica a fin de avanzar hacia modalidades de consumo y producción más sostenibles.
• Elaborar y aplicar instrumentos que permitan seguir de cerca los efectos en el desarrollo sostenible con miras a lograr un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales.
• Racionalizar los subsidios ineficientes a los combustibles fósiles que alientan el consumo antieconómico mediante la eliminación de las distorsiones del mercado, de acuerdo con las circunstancias nacionales, incluso mediante la reestructuración de los sistemas tributarios y la eliminación gradual de los subsidios perjudiciales, cuando existan, para que se ponga de manifiesto su impacto ambiental, teniendo plenamente en cuenta las necesidades y condiciones particulares de los países en desarrollo y reduciendo al mínimo los posibles efectos adversos en su desarrollo, de manera que se proteja a los pobres y las comunidades afectadas (Organización de la Naciones Unidas 2019).

Hay muchos aspectos del consumo que, con sencillos cambios, pueden tener un gran impacto en el conjunto de la sociedad. Por ejemplo, cada año, alrededor de un tercio de todos los alimentos producidos —el equivalente a 1.300 millones de toneladas, por un valor aproximado de 1 billón de dólares— termina pudriéndose en los cubos de basura de los consumidores y los minoristas, o deteriorándose a causa de las deficientes prácticas de recolección y transporte, algo que las empresas deben solucionar. ¿Cómo puedo ayudar como empresa? Encontrar nuevas soluciones que ofrezcan modalidades de consumo y producción sostenibles redunda en interés de las empresas. Es preciso comprender mejor los efectos ambientales y sociales de los productos y servicios, tanto de los ciclos de vida de los productos como de la forma en que estos se ven afectados por su utilización en los estilos de vida.

La identificación en la cadena de valor de los "puntos críticos" donde las intervenciones tienen mayor potencial para mejorar los efectos ambientales y sociales del sistema en su conjunto es un primer paso fundamental. Las empresas pueden también utilizar su poder innovador para diseñar soluciones que puedan inspirar y motivar a las personas a llevar estilos de vida más sostenibles, reduciendo los efectos y aumentando el bienestar. Reducir los desechos que generamos puede hacerse de muchas maneras, desde asegurarnos de no tirar alimentos

hasta reducir el consumo de plástico, que es uno de los principales contaminantes del océano. Llevar una bolsa reutilizable, negarse a utilizar pajas de plástico y reciclar las botellas de plástico son algunas de las formas de contribuir cada día. Tomar decisiones informadas a la hora de comprar también ayuda. Por ejemplo, la industria textil es hoy el segundo mayor contaminador de agua potable después de la agricultura, y muchas empresas de moda explotan a los trabajadores textiles en los países en desarrollo. Si hacemos nuestras compras a proveedores locales y sostenibles, podemos marcar la diferencia y ejercer presión sobre las empresas para que adopten prácticas sostenibles.

En lo que respecta a los consumidores, los hogares consumen el 29% de la energía mundial y contribuyen al 21% de las emisiones de CO2 resultantes. Sin embargo, si toda la población mundial pasara a utilizar bombillas de alto rendimiento energético, ahorraríamos 120.000 millones de dólares al año. La contaminación de las aguas es también una cuestión apremiante que exige una solución sostenible. Estamos contaminando el agua más rápidamente de lo que la naturaleza puede reciclar y purificar en los ríos y los lagos.

Alcanzar patrones de consumo y producción sostenibles, no se reduce a una cuestión ambiental; se trata de mantener el capital natural y, por tanto, la productividad y la capacidad de nuestro planeta para satisfacer las necesidades humanas y sustentar las actividades económicas. Dentro del capital natural se incluyen los recursos finitos no renovables y los recursos naturales renovables, entre los que figuran los servicios ecológicos, así como la capacidad de los sistemas biofísicos para absorber la contaminación. El capital natural sirve de soporte al bienestar humano y al desarrollo. El deterioro de este capital conlleva una disminución no sólo de la productividad, sino también de la posibilidad de que muchas personas salgan de la situación de pobreza en la que viven. Al mantener o incluso aumentar el capital natural, se potencia un cambio hacia patrones sostenibles de consumo y producción que generan nuevas y mayores oportunidades para la erradicación de la pobreza y para mejorar la prosperidad de todas las personas (PNUMA, 2015).

CADENA DE SUMINISTROS GLOBAL

La cadena de suministro global consiste de redes complejas interconectadas que permiten a las compañías producir, manejar y distribuir varios bienes y servicios al público mundialmente.

Las corporaciones gestionan su cadena de suministros para tomar ventaja en cuanto a costos de producción más bajos. Una cadena de suministros es un sistema de organizaciones, gente, actividades, información y recursos involucrados en mover un producto o servicio desde el proveedor hasta el cliente. Las actividades de la cadena de suministros implica la transformación de recursos naturales, materias primas, y componentes en un producto finalizado que es entregado a un cliente final (Kozlenkova et al., 2015).

UNA NUEVA ALIANZA PARA EL CAMBIO GLOBAL

La colaboración entre las corporaciones y los emprendedores sociales puede crear y expandir mercados en una escala no vista desde la revolución industrial.

Estos mercados llegarán a todos, pero en especial a los 4,000 millones de personas que aún no forman parte de la economía formal del mundo.

Ofrecerán productos y servicios nuevos y muy buenos en sectores como la educación, el transporte y las finanzas.

Las organizaciones con fines de lucro tienen hoy la oportunidad de colaborar con organizaciones del sector ciudadano (OSC) en problemas de gran escala que ninguno de los dos grupos ha podido solucionar por sí sólo. El poder de este tipo de alianzas yace en las fuerzas complementarias de los participantes. Las empresas ofrecen escala, experiencia en fabricación y operaciones y financiamiento. Los emprendedores y las organizaciones sociales contribuyen con costos más bajos, redes sociales sólidas, consultoría y un profundo conocimiento de los clientes y sus comunidades.

Pero para trabajar juntos eficazmente, deben enfocarse en crear valor económico real además de crear valor social, creemos que pueden hacerlo a través de la formación de lo que llamamos cadenas híbridas de valor (CHV), que ca-

pitalizan las fortalezas complementarias para aumentar los beneficios y disminuir los costos.

Las CHV ahora se pueden encontrar en muchos sectores en todo el mundo y la colaboración entre las corporaciones y las OSC ha llegado a un punto de inflexión.

En el siglo 18 los negocios se volvieron más emprendedores. Las empresas nacientes, en su afán de producir bienes con mayor celeridad y eficacia, marcaron el comienzo de la revolución industrial. Introdujeron innovación tras innovación hasta llegar a cambiar el mundo. Después de mantenerse estancados por un milenio, los ingresos per cápita crecieron en occidente un promedio de 20% en el siglo 18, 200% en el siglo 19 y 740% en el siglo pasado. Pero mientras el sector con fines de lucro gozó de un progreso abrumador, el sector ciudadano languideció. Se enfrentaba a poca presión externa del mercado y dependía fuertemente del financiamiento de los gobiernos que, en su calidad de monopolios, le temían a la competencia. Las OSC tenían pocos incentivos para innovar, por ello se quedaron muy atrás en cuanto a su productividad, desempeño, tasas salariales, confianza y reputación.

En la década de los 80 la desigualdad entre las empresas y los sectores sociales de la sociedad se habían vuelto intolerable. Surgieron nuevas oportunidades en el mundo y el sector ciudadano se reestructuró de forma emprendedora y competitiva. Aumentó rápidamente su productividad y escala, reduciendo el costo de los bienes y servicios que proveía en relación a las ofertas de las empresas.

Desde entonces le sector ciudadano ha creado empleos a un ritmo de tres veces más rápido que otros empleadores en los países pertenecientes a la Organización para la cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE).

En Brasil la cantidad de OSC creció desde alrededor de 36,000 a casi un millón en los últimos veinte años.

En Estados Unidos, su número ha aumentado en más de 300% desde 1982. Hoy millones de estos grupos atraen a individuos talentosos que anhelan un trabajo desafiante y lucrativo, consistente con sus valores y metas personales.

Una organización sin fines de lucro con sede en India -Aurolab- que produce lentes intraoculares para restaurar la visión a pacientes con cataratas. Ha sido capaz de reducir el precio de los lentes desde US$300 a US$10 o menos, utilizando la tecnología emergente y restructurando sus costos de fabricación.

Aurolab es la división de fabricación de Aravind Eye Hospitals, que cobra por los lentes según una escala de ingresos.

Ha captado alrededor de 8% del mercado global de lentes intraoculares y vende alrededor de 1.5 millones de estos lentes al año en 109 países. Green su fundador en conjunto con Ashoka, la agencia internacional para la prevención de la ceguera y el Deutsche Bank, también lanzaron The Eye Fund (fondo para ojos), un fondo de préstamos de US$ 15 millones que permitirá a los grupos dedicados al cuidado ocular crecer rápidamente, acelerando de un modo significativo la reducción de la ceguera.

Otro caso de éxito es Rodrigo Baggio, que creó la cadena de escuelas de computación que atiende a cientos de barrios pobres de América Latina y Asia. Él convenció a una organización tras otra de donar, almacenar y transportar sus computadoras usadas y, a miles de habitantes de los barrios pobres, de instalar y dirigir las escuelas. Estas escuelas actualmente pueden enorgullecerse de tener alrededor de 700,000 graduados.

Ahora es el momento oportuno para la colaboración porque los dos sectores son igual de innovadores. Juntos pueden promover cambios tan poderosos y de tanto alcance como aquellos producidos por la Revolución Industrial.

Las cadenas de valor hibridas representan un cambio sistémico en la forma en que interactúan las OSC y las empresas. Son colaboraciones que redefinen el valor en formas que cambian el juego y donde cada lado comprende claramente (y acepta de manera voluntaria) los riesgos y las recompensas (Drayton y Budinich 2010).

CADENA DE VALOR HIBRIDA - CASO MÉXICO. ABASTECIMIENTO ESTRATÉGICO DE MATERIALES RECICLABLES, UNA PROPUESTA DE VALOR

En México se fabrican anualmente 8,500,000 toneladas de envases; se distribuyen de la siguiente manera: vidrio, 38%; papel y cartón, 26%; plástico, 16%; madera, 14%; metal, 6%. El valor comercial de esta industria es de aproximadamente 490 millones de pesos.

De acuerdo con la Asociación Mexicana de Envase y Embalaje (AMEE), en la actualidad se puede hablar de tres factores que determinan la tendencia en los empaques:

Sustentabilidad. Las empresas buscan reducir el impacto ambiental de los

empaques con un menor consumo energético, desde la producción de la materia prima hasta la disposición final del envase.

Esto no es sólo con un fin ambiental, sino también como un elemento crítico de competitividad, pues el objetivo es que haya un balance entre eficiencia, funcionalidad y costo.

Mercadotecnia. El envase es un elemento fundamental en la experiencia que el consumidor tiene con el producto desde su elección en el punto de venta, compra, transporte y almacenamiento, hasta su disposición final. Por tal motivo, el éxito o fracaso de un producto también depende de la imagen que presente y el confort que el diseño ofrezca.

Conveniencia. Los cambios en los estilos de vida, la nueva geografía, el aumento de la población urbana, la composición de las familias, los cambios en los ámbitos laborales y la conciencia que se ha tomado respecto a la salud, han afectado las características de los productos y, por ende, de los empaques.

Objetivo General: Garantizar el suministro de materiales por parte de una cadena de valor hibrida con un proceso sistemático y con enfoque en las regulaciones globales de abasto, cumpliendo de manera óptima con todo el proceso de abastecimiento y cuidado al medio ambiente; identificando las fuentes de aprovisionamiento adecuadas, así como evaluar e implementar las iniciativas de optimización en la cadena de valor dentro de la industria de papel y cartón en México.

El abastecimiento estratégico es considerado como un proceso disciplinado y sistemático para reducir los costos totales de materiales, bienes y servicios comprados externamente, al mismo tiempo en que mantiene/mejora los niveles de calidad, servicio y tecnología. Sus principios son los siguientes:

- Definir el valor total de la relación entre proveedor y comprador.
- Desarrollar soluciones con base en una profunda comprensión de la economía del proveedor y dinámica del negocio.
- Utilizar tácticas diferenciadas de compra para optimizar la relación económica.
- Incluir el proceso en la organización y continuamente evaluar y mejorar mecanismos.

Debido a la complejidad de los ciclos que conforman el abastecimiento, se pueden encontrar áreas de oportunidad en diversas etapas del proceso. Estas oportunidades tienen causas aisladas de origen entre sí, pero con implicaciones en toda la cadena.

En este entendido, realizar iniciativas de mejora por separado resulta de

impacto positivo parcial por proceso, pero seguramente no tendrán efecto en la optimización completa del ciclo total de abastecimiento.

Algunos de los lineamientos (Sandholm, 2006) que llevarán a concretar con éxito iniciativas relacionadas con el abasto estratégico:

Considerar –y no copiar– los modelos de compras de otras empresas y/o industrias. Esto significa que cada empresa tiene sus límites de capacidad, restricciones y estructura organizacional.

Existe una tendencia por parte de las empresas a utilizar las mejores prácticas; sin embargo, éstas utilizan escenarios que ocultan la realidad y distorsionan el enfoque de mejora.

Definir qué se quiere medir y cuál es el criterio de separar óptimo y deficiente. El tema de indicadores de desempeño se ha sobrevaluado de manera tal que las empresas se ven invadidas de parámetros que al final no expresan las mejoras correspondientes o aquellos aspectos que son necesarios corregir.

Pensar en lo bueno que puede resultar una iniciativa, pero no dejar de lado qué hacer en caso contrario. Este punto toma relevancia cuando se inician relaciones estratégicas con proveedores o con terceros, donde se establecen metas u objetivos.

Todo está en la planeación. La planeación no sólo se debe hacer una vez al año.

Entender bien qué significa estrategia. En la actualidad este término se utiliza con frecuencia en la mayoría de los niveles jerárquicos y diversas áreas que conforman las empresas, clasificando como estratégico todo lo que compete a su ámbito, aun cuando no tenga nada que ver con lo que realmente significa el término. Por lo tanto, se debe identificar y tratar con carácter estratégico aquello que es realmente de valor para el negocio, sea el caso del abastecimiento o no.

Identificar factores que conducen a un abastecimiento estratégico. La decisión de emprender un programa de esta naturaleza responde principalmente a señales como:

- Diversos proveedores del mismo material, bien o servicio.
- Altos niveles de desabasto.
- Incertidumbre de los niveles de abasto por diversos factores.
- Altos niveles de inventario por coberturas.
- Calidad diferente en los materiales.
- Guerra de precios entre proveedores.
- Constante rotación y búsqueda de proveedores.
- Altos costos por pedidos de urgencia.

A su vez, en esta etapa, la dirección de la empresa debe estar decidida a transformar el enfoque del departamento de compras, llevándolo de levantar pedidos y buscar descuentos a una posición estratégica, con equipo multidisciplinario y en búsqueda de relaciones realmente de ganar- ganar con proveedores externos y clientes internos.

Racionalización de proveedores. Disminuir la base de proveedores resulta igual o más difícil que deshacerse de las cosas olvidadas en el armario. La falsa ilusión de que tener muchos proveedores de lo mismo resultaba más eficiente y menos riesgoso para el proceso de compra, es un mito que permanece aún en organizaciones de clase mundial.

Si bien en la mayoría de los casos los proveedores potenciales a escoger no representan de primera instancia ahorros inmediatos, es necesario cuantificar otros factores más allá de los costos de sus productos. Hay que tomar en cuenta el ciclo completo de abastecimiento y las repercusiones y costos escondidos que pueden presentar a lo largo de la cadena.

Seleccionar el tipo de relación con los proveedores. Al contar con una base instalada y enfocada de proveedores, se deben establecer principios clave de negociación a través de un elemento principal: la confianza.

Esta confianza ganada previamente en el análisis de racionalización requiere establecer los lineamientos básicos en una relación de negocios. Para el proceso de compras se habla principalmente de:

- Transparencia en el sistema de costos.
- Compromisos en niveles de servicio y calidad.
- Reconocimiento de logros.
- Prevención y participación en compartir riesgos.
- Planeación compartida y acuerdos a largo plazo.
- Involucramiento del proveedor en procesos de diseño de productos y logística en general.
- Seguimiento y estimación de beneficios.

En los estudios con empresas del Fortune 500 se apreció que el 44% de los proveedores no realiza formalmente procesos de revisión de contratos con sus proveedores estratégicos, resultando muy probablemente en ineficiencias por cientos de millones de dólares.

METODOLOGÍA

La metodología de abastecimiento propuesta por la consultora pretende ir desde un análisis de la misión, visión y valores corporativos de la organización estudiada -que participará como corporación u empresa en nuestro modelo de cadena híbrida de valor- y aplicar un proceso de abasto ordenado, sistemático y que además pueda aplicarse en el estudio de cualquier categoría de compra. También pretende ver el suministro con una visión de negocio, con objetivos definidos y que se realizan de acuerdo a los valores y perfil corporativo. Es decir, si la filosofía de la empresa tiene un enfoque de cuidado al medio ambiente, la herramienta de abastecimiento enfocará sus esfuerzos con miras a este objetivo. Además, se realiza un análisis del gasto y un estudio completo de la industria referida. Se considerarán los valores corporativos como ejes para el éxito de su implementación y difusión dentro del sistema.

Iniciando con un análisis del gasto y las necesidades del negocio, se realiza un estudio del mercado para identificar a los proveedores de la categoría estudiada. Una vez identificados, se realizan contactos con ellos para validar su infraestructura y capacidades de suministro, se identifica la estrategia de abasto, se evalúan y negocian condiciones, hasta llegar a la firma de contrato. La evaluación del proveedor y retroalimentación del consumidor final también serán parte de la propuesta. Por último, las condiciones y precios negociados se comparan con el análisis del gasto realizado en la primera etapa con la finalidad de validar los resultados de la implementación. A su vez pretende consolidar las operaciones de compras o abastecimiento con un proceso sólido, estructurado, sistemático y dinámico.

Impacto Social Esperado.

Un plan de abastecimiento estratégico dentro de la industria de papel y cartón en México es sin duda una herramienta que ayudará a las empresas con productos de consumo masivo a evaluar el mercado, así como a evaluar sus procesos de abasto y mejorarlos, garantizando siempre un suministro óptimo –en tiempo, precio, calidad, servicio, innovación, etc. – y con ello lograr la satisfacción del consumidor final, considerado como eje central de las empresas hoy en día.

Mediante la aplicación de esta útil herramienta de abastecimiento, las orga-

nizaciones podrán garantizar un proceso sólido y confiable de su proceso de adquisiciones y con ello fomentar el comercio justo y equilibrado entre los proveedores de los materiales. Además, se fomentarán en todo momento los tratos éticos con los licitantes, provocando con ello, cumplir las regulaciones gubernamentales, antimonopólicas y demás leyes de control financiero que gobiernan las transacciones comerciales a nivel mundial. A su vez, se beneficiarán de manera directa los fabricantes de materiales de empaque, fomentando así la economía y generación de empleos.

Otra cuestión importante es que, mediante esta herramienta de abastecimiento, se logrará identificar la filosofía de una empresa y con ello se cumplirán las regulaciones de cuidado al ambiente al adquirir productos reciclables y que cumplan en todo momento las regulaciones de impacto ambiental. La sustentabilidad deberá ser el eje motor de convivencia armónica global.

RESULTADOS

Es muy importante que los compradores entiendan las necesidades de la organización y de sus clientes. Este entendimiento provocará tomar decisiones correctas de acuerdo a las necesidades de la organización.

Por lo anterior mencionado, desarrollamos una propuesta de una nueva metodología de abastecimiento estratégico considerando las actividades y procesos de las metodologías estudiadas, en esta propuesta se pretende ir desde un análisis de la misión, visión y valores corporativos de la organización estudiada y aplicar un proceso de abasto ordenado, sistemático y que además pueda aplicarse en el estudio de cualquier categoría de compra.

Con esta propuesta de abasto se pretende ver el suministro con una visión de negocio con objetivos definidos y que se realizan de acuerdo a los valores y perfil corporativo, además se realiza un análisis del gasto y un estudio completo de la industria referida.

Esta propuesta de metodología se pretende aplicar en una organización y validar su funcionamiento. Se considerarán los valores corporativos como ejes para el éxito de su implementación y difusión dentro del sistema. A su vez pretende consolidar las operaciones de compras o

abastecimiento con un proceso sólido, estructurado, sistemático y dinámico.

Compras Sostenibles o Verdes: Proceso mediante el cual las organizaciones satisfacen sus necesidades de bienes y servicios, utilizando sus recursos de manera eficiente a lo largo de toda su vida útil, de modo que se generen beneficios no solo para la organización sino también para la sociedad y la economía, minimizando al mismo tiempo los daños al ambiente.

Busca lograr el equilibrio adecuado entre los tres pilares del desarrollo sostenible: económico, social y ambiental.

Los factores económicos incluyen los costos de los bienes y servicios a lo largo de todo su ciclo de vida, como los de adquisición, mantenimiento, operaciones y gestión al final de la vida útil (incluida la eliminación de desechos) en consonancia con una gestión financiera adecuada.

Los factores sociales incluyen la justicia social y la equidad; la seguridad; los derechos humanos y las condiciones laborales. Los factores ambientales incluyen las emisiones al aire, suelo y agua, el cambio climático, la biodiversidad, el uso de los recursos naturales y la escasez de agua a lo largo de todo el ciclo de vida del producto. Las Compras Verdes son un proceso mediante el cual las organizaciones tienen en cuenta criterios ambientales al adquirir bienes, servicios, y utilizan sus recursos de manera eficiente a lo largo de toda su vida útil.

Figura 1. Nueva metodología de abastecimiento estratégico.



PASO 1. Análisis de gastos de la categoría.

Objetivos:

- Proporcionar una comprensión sobre cómo desarrollar un perfil de categoría.
- Proporcionar una comprensión del análisis de los gastos de la categoría y establecimiento de una referencia básica de gastos.
- Entrenar a miembros del equipo para construir un perfil de su categoría.

Existen dos pasos para dirigir la determinación de perfil de la categoría y análisis de gastos:

Definir la categoría (¿Cómo son listadas las compras en la categoría?) y analizar los gastos internos (¿Qué y cómo compra actualmente la empresa?). El primer paso involucra la verificación cuidadosa de la definición de la categoría y descripción de sus características básicas:

Actividad principal

- Agrupa compras en categorías y subcategorías dependiendo principalmente del mercado proveedor.

Ventajas

- Permite una estructuración eficiente del programa de contratación externa.
- Permite el desarrollo del enfoque más eficiente de contratación externa con los proveedores.

Las categorías son agrupadas y se analiza el gasto:

Concepto

- Agrupa artículos comprados que probablemente sean abastecidos:
  - — Por el mismo grupo de proveedores.
  - — Usando el mismo enfoque.

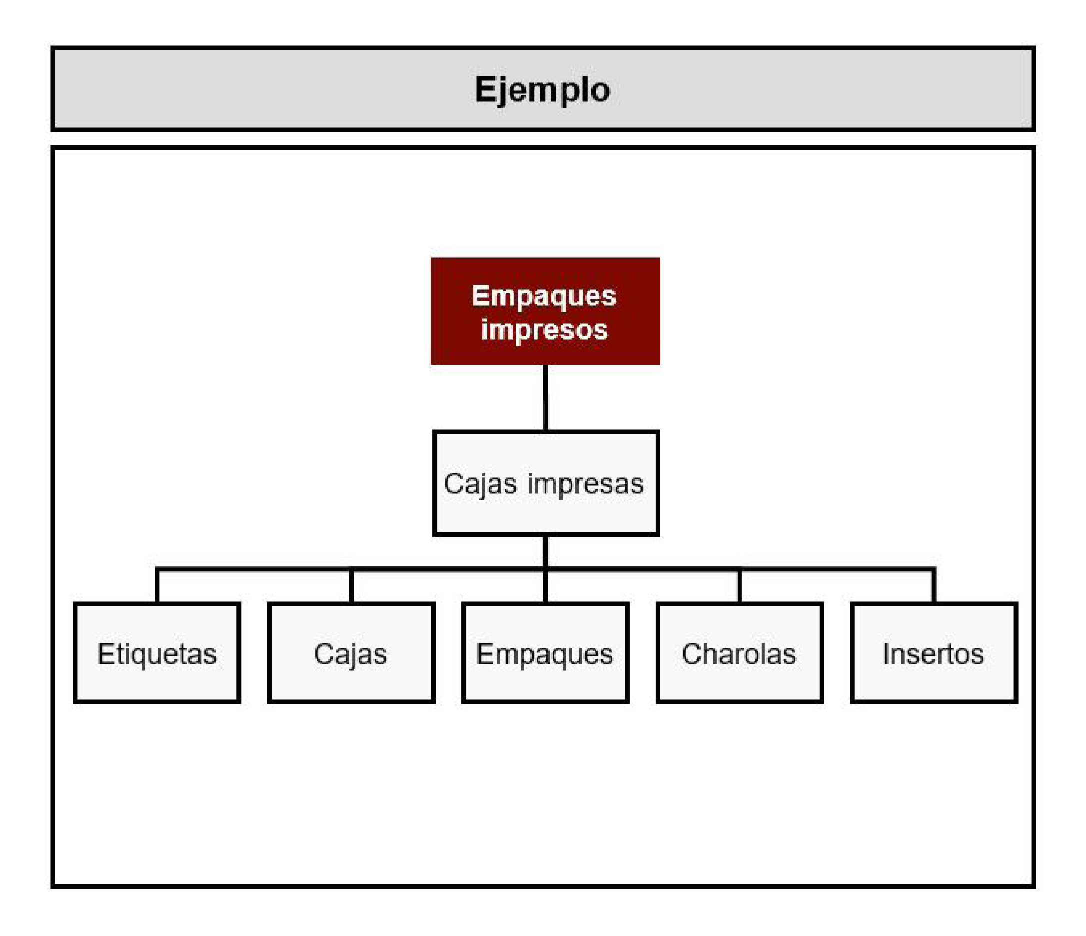
Criterios usados para definir una categoría:

- Fuentes de abasto similares.
- Procesos de producción similares.
- Uso interno similar.
- Contenido/complejidad de materiales similar.

- Especificaciones/habilidades similares.
- Tecnología similar.

Pregunta clave
- ¿A qué nivel se define la categoría?

Figura 2. Ejemplo de la categorización



PASO 2. Determinar las necesidades de negocios.

Objetivos:
- Proporcionar un entendimiento de las implicaciones de necesidades comerciales en la función de compras.
- Entrenar a los miembros del equipo en la definición de necesidades actuales y futuras de negocios.

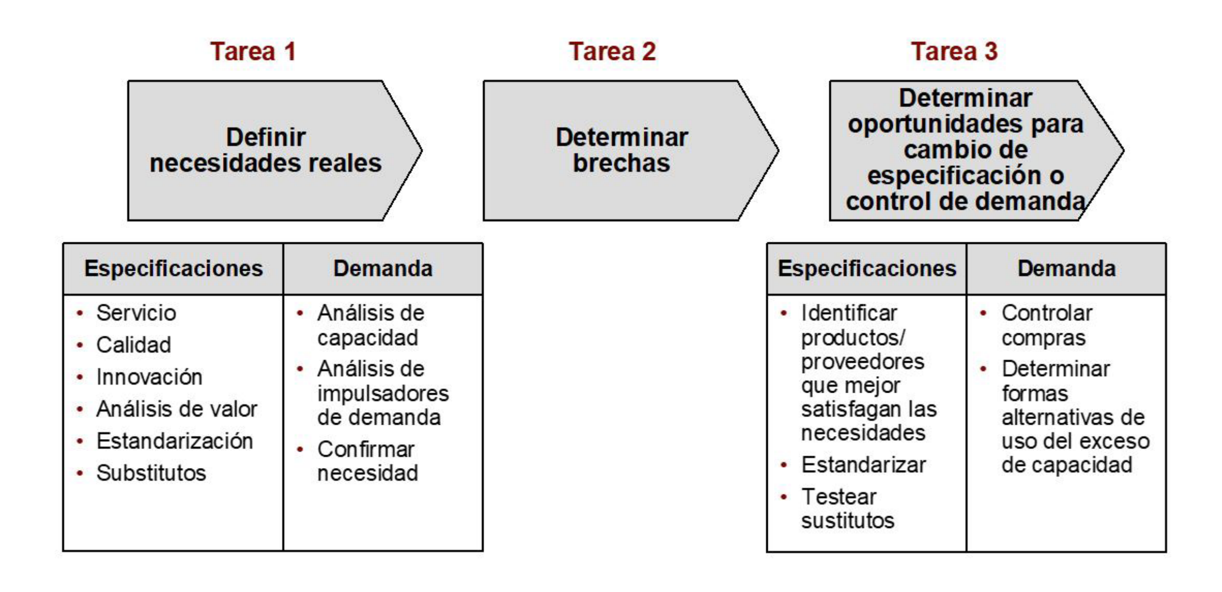
En el Paso 2 se definen los requerimientos del negocio para definir los motivadores actuales y futuros.

Figura 3. Motivadores de la ventaja competitiva



Las exigencias básicas son entonces usadas para comprender y desafiar las prácticas existentes. Eso es conseguido mediante la ejecución de tres tareas:

Figura 4. Tareas para determinar las necesidades del negocio



PASO 3. Análisis del mercado proveedor.

Objetivos:

- Proporcionar un entendimiento sobre cómo segmentar el mercado proveedor y evaluar el poder del mercado proveedor.
- Proporcionar las herramientas para comprender la evolución del mercado de la categoría.
- Entrenar líderes de equipo en el desarrollo de un catálogo de proveedores.

Existen tres áreas principales de investigación.

Figura 5. Investigación del mercado proveedor

Estructura de sector

- ¿Cómo está estructurado el sector?
  - Reglamentaciones
  - Estructura del producto
  - Cadena de suministro
- ¿Cuáles son las dinámicas del sector y cómo ellas cambiarán con el transcurso del tiempo?
  - Nuevos participantes
  - Nueva tecnología

Segmentos de mercado

- ¿Cuáles características dividen proveedores en el mercado?
  - Tipos de clientes
  - Innovación de productos
  - Tamaño del cliente
  - Estructura de costo
  - Diversificación
  - Con marca versus sin marca
  - Servicios ofrecidos
  - Calidad del producto

Proveedores

- ¿Quién compite en cada segmento del mercado
- ¿Cuáles son sus puntos fuertes (ventaja competitiva)?
- ¿Cuáles son sus puntos débiles?
- ¿Cuáles son las estrategias competitivas de cada proveedor?

Figura 6. Estructura sectorial

Cuestiones principales

- ¿Cuál es la estructura/segmento del producto básico (oferta del producto)?
- ¿Cuál producto competente existe?
- ¿Cómo está estructurada la cadena de suministro?
  - Papeles de los participantes de la cadena de suministro
- ¿Cuáles son las barreras de entrada/salida?
- ¿Cómo el sector es controlado/reglamentado?
- ¿Cuáles son los principales impulsadores de cambio en el sector?
- ¿Cuáles son las principales tendencias en el sector?

Fuentes

- Estudios de mercado
- Informes de analistas
- Periódicos comerciales
- Publicaciones gubernamentales
  - Informes normativos
  - Informes sectoriales
- Exposiciones comerciales
- Entrevistas
  - Proveedores
  - Peritos internos
  - Peritos sectoriales

El análisis del segmento del sector empieza con la estructura de las Cinco Fuerzas. La unidad básica de análisis en la estrategia competitiva es la industria. La industria es un grupo de competidores produciendo productos y servicios que compiten directamente con otros.

Existen 2 conceptos que definen la estrategia competitiva: la estructura de la industria y el posicionamiento en una industria.

Se consideran 5 fuerzas que miden el retorno de la inversión de capital. Estas fuerzas son:

1) Amenaza de nuevo participante
2) Poder del comprador
3) Poder del vendedor
4) Amenaza de sustitución
5) Rivalidad entre competidores

Los tipos de ventajas competitivas son:

1) Liderazgo en costos bajos. (economías de escala, tecnología exclusiva, acceso preferencial a materias primas.

2) Diferenciación. (Diferencias en características del producto, tiempo de respuesta al cliente, servicio).

3) Enfocado. (Dirigido a un mercado en específico).

La cadena de valor es una herramienta para descomponer las actividades estratégicas de una empresa para entender sus áreas y por ende identificar los elementos que influyen en el costo del producto, así como detectar las fuentes potenciales de diferenciación.

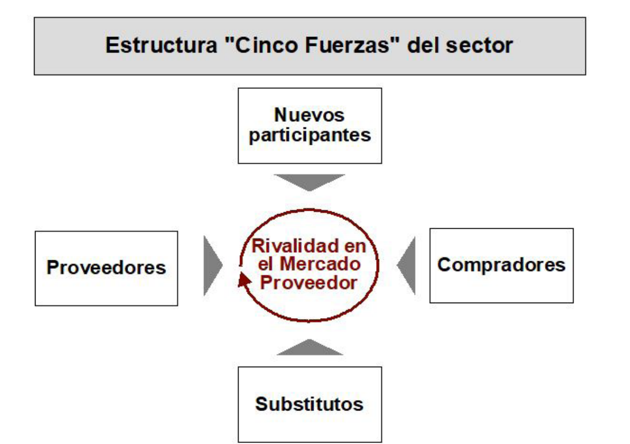
Las empresas crean ventajas competitivas para percibir o descubrir nuevas y mejores formas para competir en una industria y ofrecer esto al mercado. A esto se le conoce como "innovación". La innovación tiene diferentes causas como: nueva tecnología, nuevas necesidades de los compradores, la emergencia de una nueva industria en un segmento, viabilidad para cambios en los costos y cambios en las regulaciones gubernamentales.

Según Porter existen 2 formas de competencia internacional: Multi doméstica y global. Una firma emplea un acercamiento integrado mundialmente para vender/distribuir/manufacturar y dar servicio a sus productos.

Las alianzas, llamadas también coaliciones son herramientas prominentes para aplicar estrategias globales. A través de las alianzas se pueden conseguir beneficios como: economías de escala, acceso a diversos mercados, así como disminuir riesgos.

Las industrias fracasan donde no se aplica el proceso de la mejora continua.

Figura 7. Las cinco fuerzas de la industria.



Percepciones para el desarrollo

- ¿Cuáles fuerzas están en vigor?
- ¿Cuáles impulsadores tienen mayor influencia sobre la competitividad del proveedor en este segmento?
- ¿Cuál es el perfil de un competidor exitoso en este mercado?
- ¿Cómo podemos usar la dinámica del mercado proveedor en nuestro beneficio?

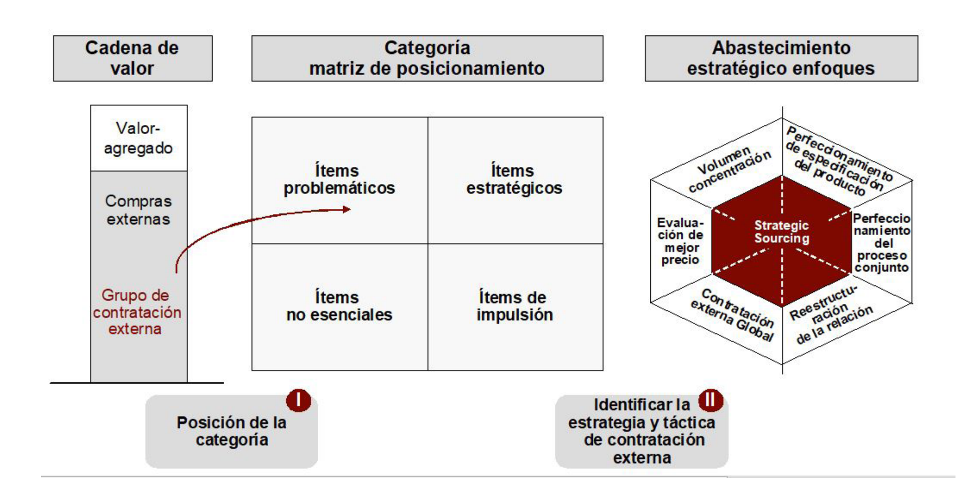
PASO 4. Desarrollo de estrategia de contratación.

Objetivos:

- Al final de esa sesión, los participantes comprenderán cómo desarrollar una estrategia de contratación externa y cómo conseguir escoger técnicas potenciales de contratación externa para la categoría.

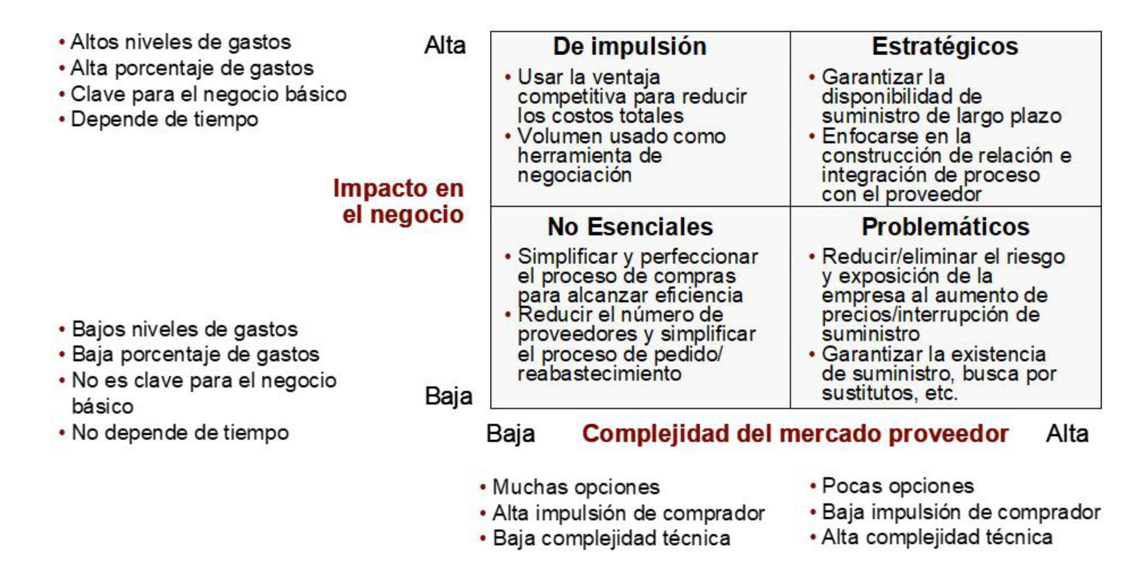
Para definir la estrategia de la contratación externa, el equipo debe seguir dos pasos principales:

Figura 8. Matriz de posicionamiento de la categoría.



La matriz de posicionamiento de la categoría es la base para identificar y elegir la mejor estrategia de contratación externa.

Figura 9. Matriz de clasificación de categorías.



Mientras para cada enfoque existe un conjunto de técnicas para emplear.

Figura 10. Diamante de abastecimiento estratégico.



Generalmente, existe un conjunto de enfoques más apropiado para cada categoría específica

Figura 11. Evaluación de tipos de compra

Enfoques de contratación estratégica	Tipo de compra			
	No esenciales	De impulsión	Problemáticos	Estratégicos
Concentración de volumen	◑	●	○	◔
Evaluación de mejor precio	●	●	◔	◔
Contratación externa global	◔	●	◔	◔
Mejora de especificaciones de producto	○	◔	●	◕
Perfeccionamiento del proceso conjunto	◔	◔	◕	◕
Reestructuración de relación	○	○	◑	●

● Alto valor ○ Bajo valor

PASO 5. Definir la estrategia con las partes interesadas.

Objetivos:

- Elegir los documentos principales que puedan ser presentados a las partes interesadas para lograr un acuerdo coherente de la organización.

Documentos por clase:

- Estrategia de contratación externa.
- Criterios de evaluación.
- Estrategia de comunicación de mercado.

La formulación de estrategias es un proceso para solventar un problema y este proceso incluye los siguientes 7 pasos:

1. Identificación de estrategia. Revisar la estrategia actual y sus componentes.

2. Análisis del entorno. Revisión de competencias y entorno para identificar oportunidades para la organización.
3. Análisis de recursos. Habilidades y recursos disponibles para cerrar las brechas identificadas en el paso 4.
4. Análisis de brecha. Comparación entre objetivos organizacionales, estrategia y recursos contra oportunidades detectadas.
5. Alternativas estratégicas. Identificar opciones en las que la estrategia pueda ser construida.
6. Evaluación de estrategia. Evaluar opciones en términos del valor del objetivo.
7. Selección de opciones. Seleccionar opciones estratégicas para la implementación.

El proceso de formulación de estrategias a nivel corporativo es:

1. Diseño y establecimiento de sistemas organizacionales y procedimientos para la formulación de estrategias.
2. Identificación de las unidades estratégicas de negocio (UEN)
3. Evaluación de las UEN –posición atractiva y competitiva-
4. Separación de la adquisición y análisis de diversidad del proceso de formulación de estrategias de cada unidad de negocio.
5. Sesiones finales de toma de decisión considerando la naturaleza de la estrategia final.

El proceso de formulación de estrategias de nivel negocio es:

1. Diseño y establecimiento de sistemas organizacionales y procedimientos para la formulación de estrategias.
2. La necesidad de prever el proceso de planeación estratégica de cada unidad de negocio.
3. La necesidad para evitar vías de diversificación en el proceso de formulación de estrategias de cada unidad de negocio.
4. La necesidad de enfatizar el desarrollo de recursos y distintas competencias en el proceso de formulación de estrategias de cada unidad de negocio.
5. La obligación tomada para las unidades estratégicas de negocio realizadas a nivel corporativo.

Estos modelos son interrelacionados y están diseñados para usarse juntos. El modelo corporativo provee las obligaciones y liderazgo para el modelo de nivel negocio. También se considera que estos modelos pueden usarse para la solución de problemas generales.

PASO 6. Seleccionar proveedores y negociar contratos.

Objetivos:

• Al final de esta sección, los participantes comprenderán el papel de las RFPs, informaciones exigidas para emitir una herramienta eficiente y como evaluarlas mejor.

• El proceso preliminar de negociación será.

• En el caso de elección competitiva de proveedor, una Solicitud de Propuesta (RFP) es generalmente la segunda elección en el proceso de elección y establece las negociaciones.

Figura 12. Proceso de selección de proveedores.



El papel de una Solicitud de Propuesta (RFP) es:

• Proporcionar un vehículo formateado para recopilar precios, entrega y otras informaciones competitivas de proveedores.

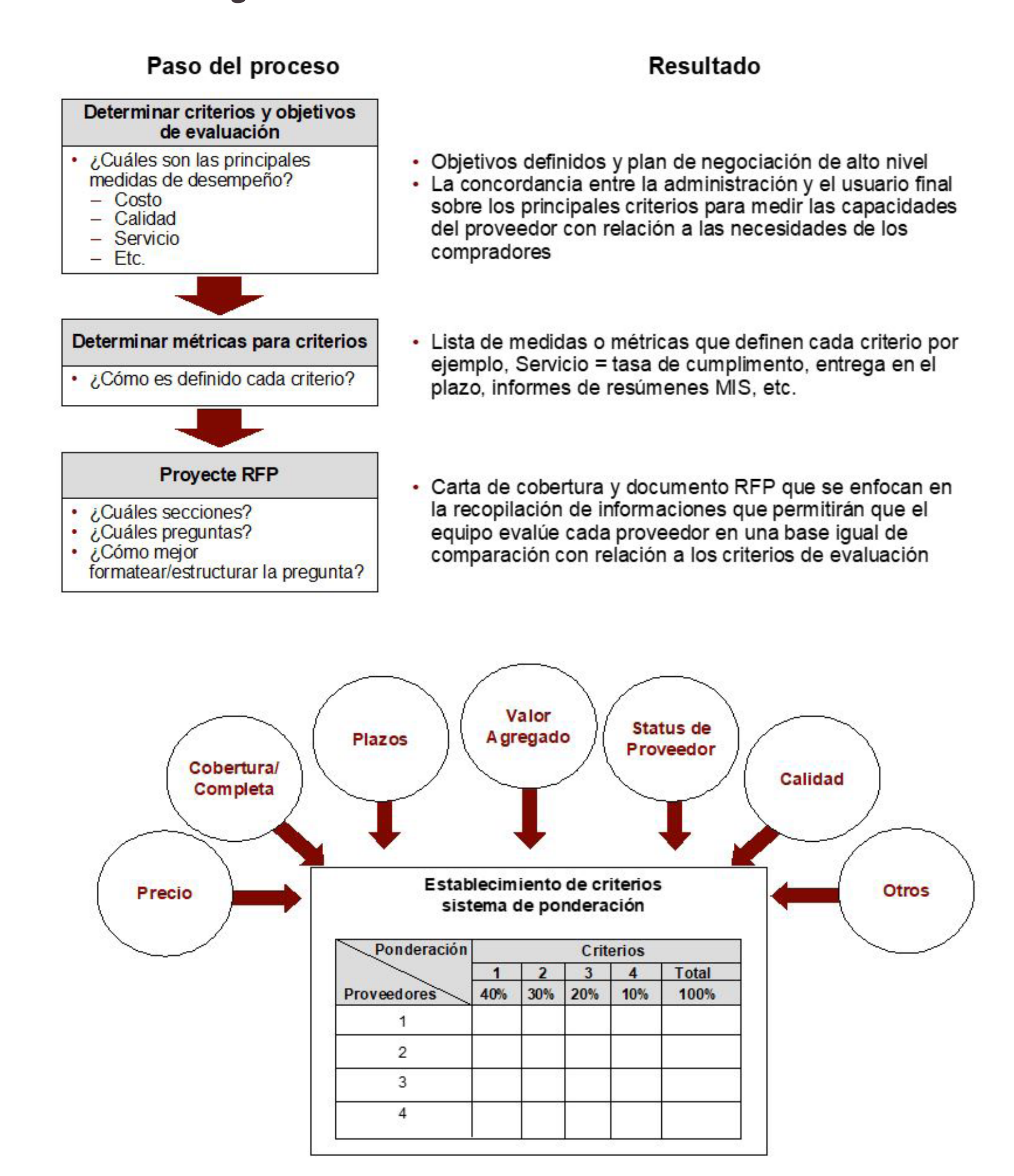
• Crear un campo nivelado de comparación (base común para comparación).

• Conseguir informaciones profundas, que puedan ser comparadas sobre proveedores.

• Crear un sentido de “urgencia” en la mente del proveedor
• Ayudar a conseguir y procesar grandes cantidades de informaciones eficientemente
• Garantizar que el proceso de elección del proveedor cumpla las exigencias legales

Existen tres pasos en el desarrollo de una RFP

Figura 13. Determinar criterios de evaluación.



Ponderación / Proveedores	Criterios 1	2	3	4	Total
	40%	30%	20%	10%	100%
1					
2					
3					
4					

PASO 7. Transición exitosa hacia nuevos contratos/ proveedores.

Objetivos:

• Comprender los principales asuntos para obtener una transición exitosa hacia nuevos contratos/proveedores.

— Equipos de transición.
— Problemas de integración.
— Implicaciones organizacionales.
— Planos de contingencias.
— Reportar.

El Paso 7 implementa la estrategia de suministro, asegura integración operacional y pone el “dinero en el bolsillo”.

Figura 14. Firma de contrato

PASO 8. Administración de base de suministro y partes interesadas.

Objetivos:

• Comprender actividades usuales para determinar estándares de desempeño del mercado proveedor y revisar el proceso de Contratación Estratégica.

— Controlar ahorros, niveles de servicio y satisfacción del cliente

— Determinar continuamente estándares de desempeño del proveedor con relación a Competidores y expectativas de partes interesadas.
— Monitorear condiciones de mercado/sector y movimientos/cambios.

El objetivo del Paso 8 es garantizar que capacidades, acuerdos y procesos de compras del proveedor permanezcan en la vanguardia.

Enfoque:
• Definir los parámetros comparativos y métrica que necesitan ser capturados
• Implementar un proceso de establecimiento de parámetros comparativos.
• Identificar puntos de activación que indiquen cuando el próximo esfuerzo de nueva contratación externa debe ocurrir.
• Identificar la necesidad para mejora en el proceso.

Importancia
• La contratación externa no es un proceso único que termina una vez que el negocio está establecido.
• Las condiciones cambiarán.
— El desempeño de la determinación de precios de proveedor puede quedarse atrás de proveedores competidores.
— Las exigencias internas cambiarán.
— El mercado evolucionará (posiblemente nuevos participantes).
— Los competidores estarán mejores en contratación externa y compras.
• El equipo de Abastecimiento Estratégico necesitará saber cuándo buscar nuevas fuentes para categorías, para mejorar de manera proactiva los procesos, para revisar integración operativa con proveedores, y para reestructurar la relación con el proveedor.

PASO 9. Consumo.

En términos puramente económicos se entiende por consumo la etapa final del proceso económico, especialmente del productivo, definida como el momento en que un bien o servicio produce alguna utilidad al sujeto consumidor. En este sentido hay bienes y servicios que directamente se destruyen en el acto del consumo, mientras que con otros

lo que sucede es que su consumo consiste en su transformación en otro tipo de bienes o servicios diferentes.

El consumo, por tanto, comprende las adquisiciones de bienes y servicios por parte de cualquier sujeto económico. Significa satisfacer las necesidades presentes o futuras y se le considera el último proceso económico. Constituye una actividad de tipo circular en tanto en cuanto que el hombre produce para poder consumir y a su vez el consumo genera producción.

La visión tradicional de la creación de valor ha estado centrada en la empresa, sin tomar en cuenta la percepción del valor por parte de los consumidores. Sin embargo, Internet y la tecnología de la información están forzando a las empresas a ser más sensibles a la experiencia del usuario. Esto es lo que precisamente pretende esta fase del proceso, lograr la retroalimentación del consumidor para lograr con ello la mejora continua en los bienes o servicios contratados.

La cadena de valor un concepto introducido por Michael Porter en los años ochenta, brindó a los gerentes un esquema integrado para identificar y administrar los costos de diseño, producción, marketing, distribución y entrega y soporte de productos y servicios.

Las empresas deben adoptar un nuevo esquema en la creación de valor, en el cual el fundamento del valor se desplace de los productos a las experiencias, y la influencia del consumidor esté presente a través de la cadena de valor (en investigación y desarrollo, diseño, fabricación, logística, servicio y puntos intermedios).

DISCUSIÓN

Ponemos de manifiesto que la propuesta de metodología de abastecimiento estratégico es una estrategia ideal para garantizar el abasto de materiales, en alguna industria, cumpliendo con el mejor precio, calidad, propuesta de valor y logrando reducir el impacto al medio ambiente. Sin duda alguna representa una propuesta viable de solución a la problemática planteada por la Organización de la Naciones Unidas sobre la producción y consumos sostenibles.

A través de un ejercicio de sinergia de consultoría que trabaje de la mano con la industria se podrá crear una propuesta de valor única que logre un ganar- ganar

entre los participantes de la cadena hibrida. Por medio de su implementación se podrán lograr beneficios económicos, sociales y de beneficio al medio ambiente mediante el uso y consumos responsables del sector participante.

CONCLUSIONES

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible son una iniciativa impulsada por Naciones Unidas para dar continuidad a la agenda de desarrollo tras los Objetivos de Desarrollo del Milenio. Mientras que los Objetivos del Milenio se centraron principalmente en la agenda social, los nuevos objetivos abordan temas interconectados del desarrollo sostenible cómo el crecimiento económico, la inclusión social y la protección del medio ambiente.

Por otro lado, mientras que los Objetivos del Milenio estaban dirigidos a los países en desarrollo, en particular los más pobres, los objetivos de desarrollo sostenible se aplicarán a todo el mundo, los ricos y los pobres.

Dentro del objetivo doceavo, las modalidades de consumo y producción sostenible; el consumo y la producción sostenible consisten en fomentar el uso eficiente de los recursos y la energía, la construcción de infraestructuras que no dañen el medio ambiente, la mejora del acceso a los servicios básicos y la creación de empleos ecológicos, justamente remunerados y con buenas condiciones laborales. Todo ello se traduce en una mejor calidad de vida para todos y, además, ayuda a lograr planes generales de desarrollo, que rebajen costos económicos, ambientales y sociales, que aumenten la competitividad y que reduzcan la pobreza.

Por lo anterior se plantea poner en marcha un programa de abastecimiento estratégico lo cual es una gran decisión y representa un riesgo para la mayoría de los gerentes y directivos del área de operaciones, ya que el desarrollo de este concepto en nuestro país es aún prematuro, aunado a esfuerzos fallidos de poner un programa o modelo similar con resultados decepcionantes y, en algunos casos, con desabastos catastróficos.

Sin embargo, en la actualidad, la exigencia de servicio de parte de proveedores y clientes provoca que el abastecimiento estratégico ya no sea solamente un concepto sino una necesidad imperante en la supervivencia de proveedores y clientes. Los programas de abastecimien-

to son exitosos en la medida en que se cuente con una conciencia clara de lo que representa ponerlos en marcha. Algunos puntos que se sugiere tomar en consideración serían los siguientes: evaluar la viabilidad de la implementación de cada iniciativa, soportar cada decisión con mayor profundidad que un análisis costo- beneficio, identificar su situación actual en materia de organización, tecnología y riesgos y priorizar iniciativas.

La propuesta de consultoría para la implementación de la metodología de abastecimiento estratégico de materiales reciclables manejada como una cadena hibrida de valor busca proponer su uso en la industria y con ello co- crear valor para el sector donde sea aplicada. Las compras consolidadas de un grupo de empresas del mismo giro o que estén en la misma región será sin duda la plataforma ideal de aplicación y fuente indudable de resultados económicos y de impacto favorable al medio ambiente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CEPAL (2019). Globalización y desarrollo. Recuperado en agosto, 2019. Disponible en: https://www.cepal.org/es/publicaciones/2724-globalizacion-desarrollo

CEPAL (2019). ECLAC - Globalization and Development. Cepal.org. Recuperado en junio, 2019. Disponible en: https://www.cepal.org/en/comunicados/globalizacion-desarrollo

Drayton B. y Budinich V. (2010) Una nueva alianza para el cambio global. Harvard Business Review. Recuperado en Junio 2019. Disponible en: http//www.hbral.com.mx

International Resource Panel. (2016). Global Material Flows and Resource Productivity. Recuperado en Junio, 2019. Disponible en: http://www.resourcepanel.org/reports/global-material-flows-and-resourceproductivity

Kozlenkova, I.; Hult, G. Tomas M.; Lund, Donald J.; Mena, Jeannette A.; Kekec, P. (2015). The Role of Marketing Channels in Supply Chain Management. Journal of Retailing 91. Recuperado en junio, 2019. Disponible en https://www.researchgate.net/publication/276212454_The_Role_of_Marketing_Channels_in_Supply_Chain_Management

Mi Ambiente. (2014). Resumen Ejecutivo Perfil Nacional para la Gestión de Productos Químicos en el Marco del Convenio de Rotterdam. Tegucigalpa M.D.C.

Natter E. (2019) The Effects of Economic Globalization on Developing Countries. Demand Media. Recuperado en Junio, 2019. Disponible en: https://smallbusiness.chron.com/effects-economic-globalization-developing-countries-3906.html

Organización de la Naciones Unidas (2019). Recuperado en junio, 2019. Disponible en https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sustainable-consumption-production/

PNUMA. (2015). Consumo y producción sostenibles y los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Recuperado en Junio, 19. Disponible en: https://wedocs.unep.org/rest/bitstreams/17804/retrieve

Sandholm, T.; Levine, D.; Concordia, M.; Martyn, P.; Hughes, R.; Jacobs, J.; Begg, D. (2006) Changing the Game in Strategic Sourcing at Procter & Gamble: Expressive Competition Enabled by Optimization Interfaces, Vol. 36 Issue 1, p55-68.



ESTRATEGIAS DE MERCADEO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA CONSULTORA DE SERVICIOS INTERNACIONALES EN LATINOAMÉRICA

Javier Belandria - Ana Eloisa Garzon

Javier Belandria:
Magister en Gerencia de Empresas Mercadeo Universidad Nacional Experimental del Táchira, Venezuela, jabelandria2676@gmail.com

Ana Eloisa Garzon:
Magister en dirección estratégica por la Universidad Internacional Iberoamericana. Negociadora internacional. Investigador Junior por Colciencias. ORCID: 0000-0001-6863-1894. Docente de pregrado en la Fundación Universitaria San Mateo, Bogotá D.C, Colombia. E-mai:aegarzon@sanmateo.edu.co

Resumen

El capítulo tiene por objetivo proponer estrategias de mercadeo para la creación de una empresa consultora de servicios de marketing internacional en el municipio San Cristóbal del Estado Táchira Venezuela. La descripción de la metodología utilizada incluye una investigación de nivel descriptiva con un diseño de campo, bajo el enfoque cuantitativo, donde se interactúo con una parte de la población objeto de la investigación. Se alcanzaron resultados a través de la aplicación de un cuestionario, resumiendo que el empresariado se encontraba dispuesto para el cumplimiento de las normativas establecidas por el estado venezolano, destacando desconocimiento sobre las oportunidades de negocio que surgían con las políticas comerciales del país en el área de importaciones y exportaciones. Cómo resultado se obtuvo que el sector químico era el más importado y en cantidades muy interesantes, observando que el sector plástico y el caucho eran los rubros más exportados. Entre las principales conclusiones se evidenció que los empresarios que realizaron para el momento de la investigación operaciones aduaneras en el citado municipio, requerían de asesorías por parte de una empresa consultora capacitada en la prestación de servicios de calidad y en el diseño de estrategias de benchmar-

king, de adiestramiento y de rentabilidad para ser más competitivos en los mercados internacionales. Gracias al desarrollo y defensa de la presente investigación se constituyó legalmente en Venezuela en el año 2014 la firma Consulcomex F.P, realizando alianzas estratégicas con firmas como Trazacomex Chile, Consulting Kallpa Perú, y Coex Group Sas de Bogotá. En el año 2019 apostamos al mercado Colombiano creando la firma Belandria Comex Consulting en el Departamento de Santander con el respaldo del Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) y de la Cámara de Comercio de Bucaramanga apostando a la exportación de servicios en Colombia.

Palabras Claves: Comercio Exterior, Exportación, Importación, Marketing Internacional, Operaciones Aduaneras, Tramitación.

INTRODUCCIÓN

El presente escrito le damos inicio, partiendo de la definición de consultoría o de empresa consultora, entendiéndose como aquellas organizaciones que prestan servicios a través de profesionales con experiencia o conocimientos específicos en un área determinada; que asesoran a personas naturales, jurídicas o a grupos de empresas, países u organizaciones. Con la creación de una empresa consultora de servicios de marketing internacional en el municipio San Cristóbal, se beneficiaron personas naturales y jurídicas altamente demandantes de consultorías en esta importante área, siendo conveniente para el autor su replicación en países de Latinoamérica como Bolivia, Colombia, Chile y Perú.

El valor teórico se fundamentó en el diseño de estrategias que permitieron la creación de la empresa consultora de servicios de marketing internacional, generando expectativas en los potenciales clientes, permitiéndoles una oferta de servicios debidamente clasificados por secciones arancelarias, dirigidos a las diferentes empresas que realizan operaciones de importación y exportación, dentro del municipio San Cristóbal y de esta manera poder plantear las estrategias de mercadeo que permitan la correcta creación y funcionamiento de la empresa.

La relevancia social de la presente investigación constituye un incentivo al desarrollo social y económico del municipio San Cristóbal y su importancia se

fundamenta en constituir una excelente oportunidad de negocio teniendo como utilidad metodológica un aporte académico a la Universidad Nacional Experimental del Táchira (UNET) Venezuela, siendo un antecedente para muevas investigaciones en el área.

Los beneficios que puede aportar esta investigación principalmente van dirigidos a los consumidores organizacionales demandantes de servicios de marketing internacional que hacen vida empresarial en Venezuela, quienes podrán contar con una organización que les permita satisfacer las necesidades existentes en el área citada. Gracias a los aportes alcanzados a través de la investigación se brindó servicios de mentoría a nuevos emprendedores para la creación de sus empresas consultoras en comercio internacional y negocios internacionales, caso puntual Consulting Kallpa Perú en la ciudad de Arequipa en el año 2017 y alianzas estratégicas en la prestación de servicios con Trazacomex Ltda Chile 2011 y Coex Group Sas Colombia 2019.

MATERIAL Y MÉTODOS

La investigación se fundamentó y utilizó como referencia el libro titulado “10 Pasos para Crear una Empresa” Séptima Edición, Sociedad para la Promoción y Reconversión Industrial S.A (SPRI), (1997), el cual se consideró como un referente importante para el desarrollo de la investigación, ya que sirvió de guía en el proceso de puesta en marcha de la consultora, generando respuestas claras a muchas de mis interrogantes planteadas para el momento del desarrollo de la investigación.

Este libro desarrollado por la SPRI, a través de la coordinación con la Agencia de Desarrollo Empresarial del Gobierno Español Vasco, los aportes que presta la citada obra a grandes rasgos se destaca el poder apoyar e impulsar al tejido empresarial de la citada Región, fomentando la competitividad y el posicionamiento en el mercado global, de las empresas españolas, facilitando la comprensión de temas fundamentales que se plantean a la hora de crear una empresa, en materia legal, y demás disposiciones que tienen incidencia en la actividad empresarial y que en el transcurso del tiempo sufren variaciones.

Seguidamente, se consideró que el diseño de la investigación es de campo, puesto que la información ha de reco-

lectarse en las fuentes primarias, es decir directamente sobre las empresas que realizan operaciones de mercadeo internacional en el municipio San Cristóbal. Destacando que la población objeto de estudio para la presente investigación se definió como finita y accesible, constituida por empresas y organizaciones localizadas en el citado municipio, que realizaban operaciones aduaneras, según data primaria obtenida a través de la Cámara de Comercio e Industria del Estado Táchira, y la Coordinación de la Región Andina del Poder Popular para el Comercio.

Las fuentes investigadas empleadas para la delimitación de la población son las siguientes: Cámara de Comercio e Industrias del Estado Táchira, Coordinación de la Región Andina del Poder Popular para el Comercio, Unidad de Formación Continua del Instituto Universitario de la Frontera (Iufront), y la información que posee el autor de esta investigación por su ejercicio profesional en el área de Comercio Exterior y como docente en el Iufront Sede San Cristóbal Estado Táchira Venezuela.

La técnica de muestreo seleccionada para la población en estudio fue muestreo probabilístico, luego estratificado, y la última selección se hizo al azar simple, es decir, que paso por varias etapas, por lo que se consideró polietápico.

Con la muestra se pretendió estimar una proporción poblacional, por lo que se determinó aplicando la ecuación para población finita, dada por (Arias, 2006: 82), de la siguiente manera:

$$n = \frac{N.(Z)^2 . p . q}{(N-1). E^2 + Z^2 .p .q}$$

Dónde:
n= Muestra
N= tamaño de la población o universo de 150 Empresas.
Z= Nivel de confianza del 95%, valor de 1,96.
p= Porcentaje de éxito (50%) = 0.5
q= Porcentaje de fracaso (50%) = 0.5
E= Error de la muestra (10%) = 0.1
n= 59 Empresas.

Por consiguiente, se tomó como criterio más especializado y apropiado para la investigación la definición de Ary; Jacobs, y Razavich (1989), quienes consideran que en las investigaciones descriptivas se recomienda seleccionar entre 10 y 20% de la población accesible, tomando como muestra treinta (30) empresas que realizaban operaciones de mercadeo internacional en el municipio San Cristóbal, a las cuales se pudo acceder satisfactoriamente para el llenado del instrumento.

Seguidamente se utilizó como técni-

ca de recolección de datos la encuesta a través de un cuestionario llenado por los gerentes de forma escrita. Siendo esta una técnica que nos permitió poder obtener información que suministraron un grupo de empresas, que para el momento del desarrollo de la investigación se encontraban importando y exportando bienes.

RESULTADOS

De lo anteriormente planteado, se destaca que en el desarrollo de la investigación se propusieron las siguientes estrategias para la propuesta, arrojando los siguientes resultados:

Estrategias de Benchmarking.

El Benchmarking es un proceso continuo que nos permite medir mis propios productos y servicios contra los competidores reconocidos como líderes en un sector específico, para de esta manera poder comparar que estoy haciendo bien o mal, no es copiar o plagiar es comparar y tratar de mejorar. Se asegura que la Empresa Xerox Corporation fue la primera en aplicar el Benchmarking en el año 1979, como técnica y proceso competitivo frente a sus competidoras, formalizando y dirigiendo sus análisis a la empresa Fuji.

Para el desarrollo de la presente investigación, se consideró tomar como estrategia de entrada el Benchmarking, comparándolo con las técnicas de mejoramiento de una segunda organización como lo es la empresa consultora chilena Trazacomex Ltda, fundada en el año 2007, siendo una consultora con la misión de entregar herramientas y soluciones a empresas con la finalidad de alcanzar resultados a través de tres áreas: comercio exterior, negocios y marketing internacional, la cual para el momento de la investigación tenía cuatro años de funcionamiento en el mercado chileno y con más de veinte (20) representantes a nivel mundial; siendo la misma un antecedente que permitió comparar ya que para el momento no existía en Venezuela una empresa consultora en el área o investigación relevante en el tema.

Con la aplicación del Benchmarking, a través de la propuesta, se buscó comparar la empresa consultora de mercadeo internacional a crearse en Venezuela con la empresa chilena Trazacomex, y de esta manera mejorar y llevar a cabo "Estudios de Referencia" siendo esta la técnica de recolección de información acerca de prácticas competitivas utilizada. Finalmente se aprendió de la citada empresa,

los procesos en cuanto a la prestación de sus mejores servicios en las áreas de comercio exterior y negocios internacionales por el mundo.

Estrategias Competitivas de Porter.

Para la investigación se utilizaron las estrategias competitivas de Porter (1980), quien identificó tres genéricas, el citado autor considera que pueden utilizarse de manera individual o en conjunto, para de esta manera poder crear en el largo plazo una posición defendible que permite sobrepasar el desempeño frente a los competidores en un sector específico. Las tres estrategias genéricas se mencionan a continuación:

- Liderazgo en costos totales bajos.
- Diferenciación.
- Enfoque.

A través de la presente investigación se diseñaron estrategias de mercadeo, para la creación y correcto funcionamiento de la empresa consultora de servicios de marketing internacional, la cual se fijaron las diferentes pautas a seguir para cada una de las estrategias genéricas a desarrollar, tomando como referencia la estrategia de diferenciación de servicios innovadores, creando servicios que según la aplicación del instrumento los encuestados los consideraron necesarios, específicamente uno de ellos fue el servicio de asesoría para la obtención de divisas ante los organismos competentes.

Estrategias de Adiestramiento.

Una de las estrategias más importantes para todo consultor es la capacitación o adiestramiento que en el área del comercio y los negocios internacionales es variante y constante y se debe de estar actualizado. Para el desarrollo de la consultora, se desarrollaron una serie de habilidades que a continuación, se señalan:

- La ética del trabajo, bien fundamentada en los valores humanos, motivación al logro de objetivos y la entrega constante por presentarle un buen trabajo a nuestros potenciales clientes.
- Comunicación fluida y veraz con nuestros clientes, aplicando el principio de saber escuchar las necesidades y requerimientos, para lograr el buen entendimiento y la satisfacción del cliente.
- La consultora buscará lograr sus objetivos a través del trabajo en equipo o alianzas con otros consultores, estando plenamente comprometidos en los diferentes procesos, que la empresa de-

sarrolla para el logro de los mismos, fundamentados en la autoconfianza del personal que desarrolla la consultoría.

• El coaching, o la mentoría serán los métodos que consideramos relevantes a la hora de dirigir e instruir a nuestros clientes, desarrollando habilidades específicas en ellos gracias a estos dos métodos de liderazgo.

Estrategia de Participación de Mercado (Crecimiento).

Las estrategias de participación de mercado se fundamentan en una serie de vertientes específicas como lo son el crecimiento, defensa, reconversión y la salida. El profesor Vásquez (2010), en la UNET, asegura que la estrategia de participación, se focaliza en dos importantes puntos, el primero en qué mercados se pretende participar y el segundo en que proporciones participa en esos mercados, afirmando que las estrategias de participación que se enfrentan con mayor frecuencia en la práctica son las de crecimiento y defensa.

A través de la aplicación del instrumento, se obtuvo como resultado que de las treinta (30) empresas encuestadas, en materia de importaciones nueve (09) empresas importaban productos químicos, ocho (08) mercancías y productos diversos como (muebles, mobiliario médico quirúrgico, construcciones prefabricadas, bicicletas), siete (07) se encontraban importando máquinas y aparatos eléctricos, seis (06) importaban transporte, autopartes y repuestos.

En cuanto a las empresas que se encontraban exportando para la fecha de la investigación, dos (02) estaban realizando exportaciones de plásticos y sus manufacturas y una (01) exportaba cauchos y sus manufacturas. Estos resultados permitieron detectar los diferentes sectores que se encontraban desarrollando operaciones aduaneras para el momento de la investigación y sus necesidades en materia de servicios.

A continuación en la “Fig. 1”, podemos visualizar la estrategia de participación de mercado (crecimiento), según el tipo de mercancía para el momento de la investigación se encontraban importando y/o exportando por secciones arancelarias las empresas; desarrollado por Belandria (2012), en la tesis titulada “Estrategias para la Creación de una Empresa Consultora de Marketing Internacional en San Cristóbal” en la UNET, Venezuela.

Figura 1. Estrategia de Participación de Mercado (Crecimiento)



Nota: Tipo de mercancía que actualmente se encuentran importando y/o exportando por secciones arancelarias. Belandria (2012).

Estrategia Competitiva (Al Margen de la Competencia).

La estrategia competitiva, es la forma como una empresa hará frente a las acciones de marketing de las demás empresas que participan en sus mercados o segmentos de mercado específico. El profesor Vásquez (2010), en la UNET, afirma que conscientemente o no las estrategias de marketing se van desarrollar y estructurar en función de la competencia local.

La Empresa Consultora de Mercadeo Internacional debe de considerar que sus ofertas o propuestas de servicios no está sola en el mercado, que también es realizado por consultores independientes, por lo tanto, es muy importante a la hora de desarrollar su estrategia competitiva, evaluar los siguientes supuestos:

• El consumidor quién para esta propuesta son los empresarios importadores y exportadores antes de elegir nuestra oferta de servicios puede elegir la de la competencia,

otros consultores independientes, quienes brindan este tipo de servicios a las empresas en el municipio San Cristóbal.

• Se debe de considerar las siete "P" del mercadeo de servicios (producto, precio, plaza, promoción, procesos, perceptibles y personas), para poder competir eficazmente.

DISCUSIONES

Según el análisis de los resultados y las conclusiones se llegó en la defensa a las siguientes discusiones consideradas como posibles recomendaciones por parte del jurado calificador:

• Se recomendó plantear por escrito ante los organismos del estado venezolano, la facilitación y actualización de la información estadística a los estudiantes de universidades que se encuentren desarrollando investigación, y estén debidamente identificados y de esta manera poder ser más certeros en los resultados de cada uno de los objetivos planteados, la cual pueden servir como aportes para el desarrollo del país y las ciencias en estudio.

• Los jurados calificadores recomendaron a nuevos investigadores universitarios nacionales e internacionales, tomar como antecedente esta investigación de nivel descriptivo con diseño de campo, donde se persigue como objetivo general proponer estrategias de mercadeo que permitan la creación de una empresa consultora de servicios de marketing internacional, resaltando el emprendimiento y la creación de empresas socialmente responsables.

• Se recomendó a los empresarios que realizan operaciones aduaneras de importación y exportación en el municipio San Cristóbal, que deben buscar sus asesorías de la mano de una empresa consultora que se encuentre técnicamente capacitada en brindarles servicios especializados y de calidad para cada una de sus operaciones de comercio exterior, donde los errores los puede llevar al pago de multas o al decomiso y perdida de las mercancías.

CONCLUSIONES

Al momento de diagnosticar expectativas en los potenciales clientes de servicios de consultoría en el área de marketing internacional en el municipio San Cristóbal, se concluyó lo siguiente:

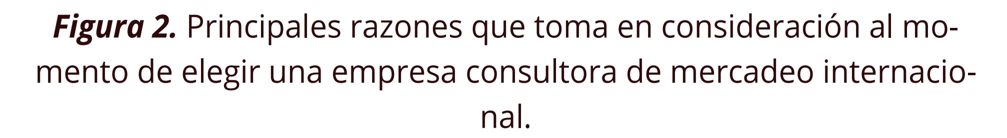
• Las empresas que se encontraban realizando para el momento de la investigación importaciones y exportaciones, con la aplicación del instrumento se descubrió que todas, requerían del apoyo de una consultora que les brindara asesorías específicas en cada uno de estos procedimientos de manera inmediata, con la necesidad de ser asesorados semanalmente.

• En torno a las causas por las cuales las empresas contratarían los servicios ante una empresa consultora de mercadeo internacional, los encuestados coincidieron en igual proporción en la agilización de los procedimientos, el desconocimiento de los trámites, y por las multas y/o decomisos por parte del Servicio Nacional Integrado de Administración Aduanera y Tributaria (SENIAT); es decir las tres causales son de igual importancia para los empresarios importadores y exportadores del municipio San Cristóbal.

• Se logró comparar los servicios que son de igual importancia para las empresas que importan y exportan, concluyendo que los instrumentos de la política comercial venezolana (consultas en materia de clasificación arancelaria, valoración, legislación aduanera y la tramitación de regímenes legales aplicables para la importación y exportación ante ministerios) son los de mayor relevancia, restándole importancia a la preparación y acompañamiento para la participación en misiones comerciales y ferias internacionales.

• Las diferentes razones por las cuales las empresas elegirían una consultora de mercadeo internacional que les brindase servicios especializados, se concluyó que el primer lugar lo alcanzó la confianza que se obtenga de esa organización, un segundo lugar lo ocupa la responsabilidad de su personal y el tercer lugar la formación profesional es decir los conocimientos y la capacitación con que cuenta el recurso humano que integra la Consultora, quedando en los últimos lugares la experiencia, la seguridad, y la confiabilidad. A continuación en la “Fig. 2”, se muestra los resultados obtenidos a través del instrumento:

Figura 2. Principales razones que toma en consideración al momento de elegir una empresa consultora de mercadeo internacional.



Nota: Tesis Estrategias para la Creación de una Empresa Consultora de Marketing Internacional en San Cristóbal, UNET Venezuela. Belandria (2012).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Arias (2006). El Proyecto de Investigación. Introducción a la Metodología Científica, Quinta Edición. Caracas: Editorial Episteme.

Ary, Jacobs y Razavieh (1989). Introducción a la Investigación Pedagógica, Segunda Edición. México: Editorial McGraw-Hill.

Belandria (2012). Estrategias para la Creación de una Empresa Consultora de Marketing Internacional en San Cristóbal. Universidad Nacional Experimental del Táchira, San Cristóbal, República Bolivariana de Venezuela.

Sociedad para la Promoción y Reconversión Industrial S.A (SPRI) (1997). "10 Pasos para Crear una Empresa", Séptima Edición actualizada. Disponible en: http://www.spri.es.

Vásquez (2010). Estrategias de Mercadeo. Laminas en PowerPoint, utilizadas en el desarrollo de la Asignatura Estrategias de Mercadeo de la Maestría en Gerencia de Empresas mención Mercadeo de la Universidad Nacional Experimental del Táchira, San Cristóbal, Venezuela.


Fundación Universitaria
SAN MATEO


UNIVERSIDAD CATÓLICA
LUIS AMIGÓ


unicoc
Institución Universitaria Colegios de Colombia


cun
Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior



Producción y consumo responsable, experiencias en AMÉRICA LATINA

